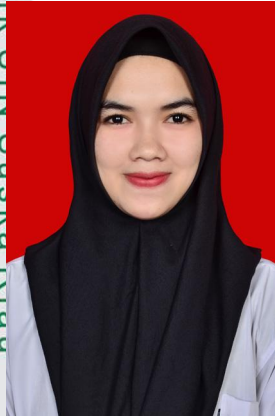




3824/MD-D/SD-S1/2020

# STRATEGI PEMASARAN PT SILVER SILK DALAM MENINGKATKAN JUMLAH JAMAAH UMROH DI KOTA PEKANBARU



## SKRIPSI

Diajukan untuk Melengkapi Persyaratan Memperoleh Gelar  
Sarjana Sosial (S.Sos) pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi  
Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau

Oleh :

**SYARIFAH HUMAIROH**

**NIM: 11544204231**

**PROGRAM STRATA 1 (S1)**

**JURUSAN MANAJEMEN DAKWAH**

**FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM**

**RIAU**

**1441 H/2020 M**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



**KEMENTERIAN AGAMA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU**  
**FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI**  
**كلية الدعوة و علم الاتصال**  
**FACULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION**

Jl. H.R. Soebrantas No.155 KM.18 Simpang Baru Panam Pekanbaru 28293 PO.Box. 1004 Telp. 0761-562223  
 Fax. 0761-562052 Web. www.uin-suska.ac.id, E-mail: iain-sq@pekanbaru-indo.net.id

**PENGESAHAN**

Skripsi dengan judul **"Strategi Peningkatan Jumlah Jamaah Umroh di Kota Pekanbaru"** yang ditulis oleh :

Nama : Syarifah Humairoh  
 NIM : 11544204231  
 Jurusan : Manajemen Dakwah

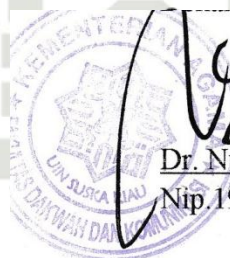
Telah dimunaqasahkan dalam Sidang Ujian Sarjana pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau pada :

Hari : Selasa  
 Tanggal : 04 Desember 2019

Sehingga skripsi ini dapat diterima dan disahkan oleh Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos) pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Pekanbaru, 18 Desember 2019

Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi



Dr. Nurdin, M.A  
 Nip.19660620 200604 1 015

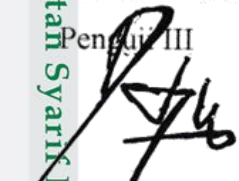
Panitia Sidang Munaqasah,

Ketua/Penguji I



Dra. Sitawati, M.Pd  
 NIP. 19690902 199503 2 001

Penguji III



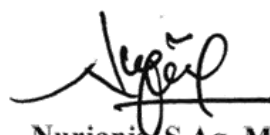
Drs. Sahri Romli, M.Ag  
 NIP. 19570611 198803 1 001

Sekretaris/Penguji II



Yefni, S.Ag, M.Si  
 NIP. 19700914 201411 2 001

Penguji IV



Nurjanis, S.Ag, MA  
 NIP. 19690927 200901 2 003

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang  
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.  
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.  
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau  
 State Islamic University Sultan Syarif Kasim Riau





**KEMENTERIAN AGAMA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU**  
**FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI**  
**كلية الدعوة و علم الاتصال**

**FACULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION**

Jl. H.R. Soebrantas No.155 KM.18 Simpang Baru Panam Pekanbaru 28293 P.O.Box. 1004 Telp. 0761-562223  
 Fax. 0761-562052 Web. www.uin-suska.ac.id, E-mail: iain-sq@pekanbaru-indo.net.id

**PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI**

Setelah melakukan bimbingan, arahan, koreksi, serta perbaikan sebagaimana mestinya terhadap penulis skripsi saudara:

Nama : SYARIFAH HUMAIROH  
 NIM : 11544204231  
 Jurusan : Manajemen Dakwah  
 Judul skripsi : "Strategi Pemasaran PT.Silver Silk dalam Meningkatkan Jumlah Jamaah Umroh di Kota Pekanbaru"

Kami berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan untuk dimunaqasahkan guna melengkapi tugas serta memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Sosial (S.Sos)

Harapan kami semoga dalam waktu dekat, yang bersangkutan dapat dipanggil untuk diuji dalam sidang ujian munaqasah Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Sultan Syarif Kasim Riau.

Demikian persetujuan ini kami sampaikan. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Pembimbing

Mengetahui,  
 Ketua Jurusan Manajemen Dakwah

Dr. Masduki, M.Ag

Imron Rosidi, MA. Ph. D

NIP. 19710612 199803 1 003

NIP.19811118 200901 1 006

UIN SUSKA RIAU

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU  
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

كلية الدعوة و الاتصال

FACULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION

Jl. H.R. Soebrantas No. 155 KM. 18 Simpang Baru Panam Pekanbaru 28293 PO. Box. 1004 Telp. 0761-562223  
Fax. 0761-562052 Web. www.uin-suska.ac.id, E-mail: iain-sq@pekanbaru-indo.net.id

PENGESAHAN

Proposal dengan judul **“Strategi Pemasaran PT. Silver Silk Dalam Meningkatkan Jumlah Jamaah Umrah Di Kota Pekanbaru”** yang di gunakan oleh saudara :

NAMA : SYARIFAH HUMAIROH  
NIM : 11544204231  
JURUSAN : MANAJEMEN DAKWAH

Telah di seminarkan pada :

HARI : Selasa  
TANGGAL : 19 februari 2019

Dan dapat di terima untuk penulisan skripsi selanjutnya sebagai salah satu syarat mendapat gelar serjana sosial islam pada Fakultas Dakwah Dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau

Pekanbaru, 19 februari 2018

Penguji

**ROSMITA, M.Ag**  
NIP.19741113200501 2 005

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

UIN SUSKA RIAU

Di larang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.





KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU  
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI  
كلية الدعوة و علم الاتصال  
FACULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION

Jl. H.R. Soebrandt No.155 KM.18 Simpang Baru Panam Pekanbaru 28293 PO.Box. 1004 Telp. 0761-562223  
Fax. 0761-562052 Web. www.uin-suska.ac.id, E-mail: iain-sq@pekanbaru-indo.net.id

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

: Syarifah Humairoh

: 11544204231

: Tempat / tanggal lahir : Petapahan, 14 September 1996

: Manajemen Dakwah

: **"Strategi Pemasaran PT.Silver Silk Dalam Meningkatkan Jumlah Jamaah Umroh di Kota Pekanbaru"**

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa penulisan skripsi ini berdasarkan hasil penelitian, pemikiran dan pemaparan asli dari saya sendiri. Baik untuk naskah laporan maupun kegiatan yang tercantum sebagai bagian dari skripsi ini. Jika terdapat karya orang lain, saya akan mencantumkan sumber yang jelas.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya, apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh dengan karya tulis ini sesuai dengan peraturan yang berlaku di Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Sultan Syarif Kasim Riau serta undang-undang yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan keadaan sadar tanpa paksaan dari pihak manapun.

Pekanbaru, 25 November 2019

Yang membuat pernyataan,



**SYARIFAH HUMAIROH**

**NIM.11544204231**



KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU  
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI  
كلية الدعوة و علم الاتصال  
FACULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION

Jl. H.R. Soebrantas No.155 KM.18 Simpang Baru Panam Pekanbaru 28293 PO.Box. 1004 Telp. 0761-562223  
Fax. 0761-562052 Web. www.uin-suska.ac.id, E-mail: iain-sq@pekanbaru-indo.net.id

Pekanbaru, 25 November 2019

Dosen Pembimbing Skripsi

: Nota Dinas

Kepada Yth,

: 5 (Eksemplar) Skripsi

Dekan

: Pengajuan Ujian Skripsi

Fakultas Dakwah dan Kominikasi

A.n Syarifah Humairoh

Di Pekanbaru

*Wassalamua'alaikum Wr. Wb.*

Setelah kami mengadakan pemeriksaan atau perubahan seperlunya guna kesempurnaan skripsi ini, maka kami sebagai pembimbing skripsi saudara **Syarifah Humairoh, NIM. 11544204231** dengan judul "**Strategi Pemasaran PT.Silver Silk Dalam Meningkatkan Jumlah Jamaah Umroh di Kota Pekanbaru**" telah dapat diajukan untuk mengikuti ujian Munaqasah guna memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos) dalam bidang Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Harapan kami semoga dalam waktu dekat, yang bersangkutan dapat dipanggil untuk mengikuti sidang ujian Munaqasah Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Demikian surat pengajuan ini kami buat, atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

*Wassalamua'alaikum Wr. Wb.*

Pembimbing

**Dr. Masduki, M.Ag**

NIP. 197106121998031003

UIN SUSKA RIAU

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau





1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## ABSTRAK

### STRATEGI PEMASARAN PT SILVER SILK DALAM MENINGKATKAN JUMLAH JAMAAH UMROH DI KOTA PEKANBARU”

Oleh : Syarifah Humairoh

Penelitian ini di latar belakang oleh meningkatnya minat masyarakat untuk melaksanakan ibadah umrah, sehingga semakin meningkat pula persaingan dalam sektor bisnis penyediaan jasa perjalanan ibadah umrah. Hal ini menuntut perusahaan penyediaan jasa perjalanan ibadah umrah tersebut meningkatkan kualitas strategi pemasaran yang lebih baik dari kompetitornya untuk meningkatkan jumlah jama’ah di kota Pekanbaru. Penelitian ini dilakukan di PT Silver Silk Tour dan Travel Pekanbaru. Permasalahan dalam penelitian ini adalah bagaimana strategi pemasaran PT Silver Silk dalam meningkatkan jumlah jamaah umroh di kota Pekanbaru. Informan penelitian ini berjumlah empat orang. Data dikumpulkan melalui wawancara, observasi dan dokumentasi serta dianalisis menggunakan metode deskriptif kualitatif. Berdasarkan hasil penelusuran data diatas dapat disimpulkan bahwa strategi pemasaran PT Silver Silk Tour dan Travel Pekanbaru dalam meningkatkan jumlah jamaah umroh di Kota Pekanbaru yaitu : *Pertama*, Strategi pembentukan produk (paket ibadah umroh), *Kedua*, strategi penetapan harga paket ibadah, *Ketiga*, strategi pendistribusian paket perjalanan ibadah umroh, *Keempat*, strategi penetapan kegiatan promosi dalam meningkatkan jumlah jamaah umroh, *Kelima*, strategi peningkatan kualitas karyawan (*people*), *Keenam*, Strategi pemberian bukti fisik (*physical evidence*) Untuk meningkatkan jumlah jamaah umroh, *Ketujuh*, dalam jasa pelayanan.

**Kata Kunci : Strategi Pemasaran, Jamaah Umroh.**

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## ABSTRACT

### PT SILVER SILK'S MARKETING STRATEGY IN INCREASING AMOUNTS PILGRIMS IN THE CITY OF PEKANBARU "

**By: Syarifah Humairoh**

This research is motivated by the increasing interest of the community to carry out Umrah worship, so that competition in the business sector for the provision of Umrah pilgrimage services also increases. This requires the company to provide umrah pilgrimage services to improve the quality of marketing strategies that are better than its competitors to increase the number of pilgrims in the city of Pekanbaru. This research was conducted at PT.Silver Silk Tour and Travel Pekanbaru. The problem in this research is how the marketing strategy of PT Silver Silk in increasing the number of pilgrims in the city of Pekanbaru. The informants of this study were four people. Data were collected through interviews, observation and documentation and analyzed using qualitative descriptive methods. Based on the data search results above, it can be concluded that the marketing strategy of PT.Silver Silk Tour and Travel Pekanbaru in increasing the number of Umrah pilgrims in Pekanbaru City are: Umrah pilgrimage package, Fourth, 4. Determination of promotion activities in increasing the number of Umrah pilgrims, Fifth, strategy for improving the quality of employees (people), Sixth, Strategy for providing physical evidence (physical evidence) To increase the number of Umrah pilgrims, Seventh, in services .

**Keywords:** *Marketing Strategy, Umrah Pilgrims.*



## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Assalamu 'alaikum Wr. Wb.

Puji syukur penulis ucapkan kehadiran Allah SWT, atas rahmat taufiq serta hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Strategi Pemasaran PT Silver Silk Dalam Meningkatkan Jumlah Jamaah Umroh Di Kota Pekanbaru”**. Shalawat serta salam tetap terlimpahkan kepada junjungan alam Nabi Muhammad SAW yang telah membimbing umat-Nya ke arah yang benar.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari dukungan, bimbingan, dorongan dan bantuan dari berbagai pihak. Ucapan terimakasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya penulis ucapkan kepada:

1. Ayahanda tercinta H. Said Mukhsin dan Ibunda terkasih Hj. Yusrina dan juga buat saudara-saudara kandung penulis Syarifah Hasnizal, Said Faizan Tas'ad, Said Muntazirin, Syarifah Jannatin Alyah, Said Ahmad Kamal dan Said Mustofa Habibi. Semoga semua senantiasa dalam lindungan Allah SWT. Terimakasih untuk seluruh keluarga besar atas dorongan dan motivasi baik secara moril maupun materil sehingga penulis dapat menyelesaikan pendidikan S-1 ini.
2. Prof. Dr. H. Akhmad Mujahidin, M.Ag selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
3. Dr. H. Suryan A. Jamrah, MA dan Drs. H. Promadi, MA Ph.D selaku Wakil Rektor I, II dan III Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
4. Dr. Nurdin, MA selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
5. Dr. Masduki, M.Ag, Dr. Toni Hartono, S.Ag, M.Si dan Dr. Azni, M.Ag selaku Wakil Dekan I, II dan III Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

6. ImronRosidi, MA, Ph.D, Khairuddin, M.Ag selaku Ketua Prodi dan Sekretaris Prodi Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan SyarifKasim Riau.
7. Dr.Masduki, M.Ag selaku pembimbing skripsi yang telah memberikan motivasi dan bimbingan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Bapak dan Ibu dosen yang telah memberikan ilmu pengetahuan kepada penulis dalam menyelesaikan studi di Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
9. Karyawan/I Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau yang telah memberikan pelayanan yang baik dan kemudahan dalam administrasi.
10. H.Fitriyadi SE selaku direktur PT.Silver Silk Tour dan Travel Pekanbaru, RosmaDewi, S.Pd selaku manager PT.Silver Silk Tour dan Travel Pekanbaru, FebriYanti, S.Pd, Siti Eliza selaku ticketing PT.Silver Silk Tour dan Travel Pekanbaru, yang telah memberikan kemudahan kepada penulis dalam mengumpulkan data yang dibutuhkan untuk menyelesaikan skripsi ini.
11. Keluarga besar Manajemen Dakwah F angkatan 2015 beserta Manajemen Travelling Haji Umrah yang tidak bisa disebutkan satu persatu.
12. Teman-teman yang sudah membantu hingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik, kepada Ramadona, S.Sos, Aldi Prasetya Hidayat, Siti Aulia, Vita Lestari ,Al fahrul Rozi dan yang lainnya yang tidak bisa disebutkan satu persatu.
13. Keluarga besar Pondok Pesantren Daarun Nahdhah Twalib Bangkinang Kabupaten Kampar Provinsi Riau, majelis guru dan teman-teman.
14. Teman-teman Kuliah Kerja Nyata (KKN) angkatan 2018 Desa Bukit Sembilan Kecamatan Bangkinang Seberang Kabupaten Kampar yang telah memberikan pengalaman yang luar biasa dan membantu penulis mengembangkan diri menjadi pribadi yang mampu berdikasi dan mandiri.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini banyak terdapat kekurangan.Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati penulis mengharapkan masukan berupa kritik dan saran yang membangun dari berbagai





**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

pihak sebagai perbaikan dimasa yang akan datang. Akhir kata, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembacanya. *Amin YaRobbal 'Alamin.*

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb*

Pekanbaru, 23 Juni 2019

**Syarifah Humairoh**  
NIM.11544204321



UIN SUSKA RIAU

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK .....</b>	<b>i</b>
<b>ABSTRAK BAHASA INGGRIS .....</b>	<b>ii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>x</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Penegasan Istilah .....	4
C. Rumusan Masalah .....	5
D. Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	5
E. Sistematika Penulisan .....	6
<b>BAB II KAJIAN TEORI DAN KERANGKA PIKIR .....</b>	<b>8</b>
A. Kerangka Teori.....	8
B. Kajian Terdahulu.....	16
C. Kerangka Pikir.....	17
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>20</b>
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	20
B. Waktu dan Tempat Penelitian .....	20
C. Sumber Data.....	20
D. Informan Penelitian .....	21
E. Teknik Pengumpulan Data .....	21
F. Validitas Data.....	22
G. Teknik Analisis Data.....	23



<b>BAB IV</b>	<b>GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN .....</b>	<b>24</b>
	A. Sejarah PT.Silver Silk Tour & Travel Pekanbaru .....	24
	B. Profil PT.Silver Silk Tour & Travel Pekanbaru .....	25
	C. Visi Misi PT.Silver Silk Tour & Travel Pekanbaru .....	26
	D. Struktur Organisasi PT.Silver Silk Tour & Travel Pekanbaru .....	26
	E. Kantor Cabang PT.Silver Silk Tour & Travel Pekanbaru.....	30
	F. Persyaratan Umrah PT.Silver Silk Tour & Travel Pekanbaru .....	31
	G. Bank Pembayaran Biaya Perjalanan PT.Silver Silk Tour & Travel Pekanbaru .....	33
<b>BAB V</b>	<b>HASIL PENELITIAN .....</b>	<b>35</b>
	A. Hasil Penelitian .....	35
	B. Pembahasan Penelitian.....	42
<b>BAB VI</b>	<b>PENUTUP .....</b>	<b>52</b>
	A. Kesimpulan.....	52
	B. Saran.....	52

## DAFTAR PUSTAKA

## LAMPIRAN

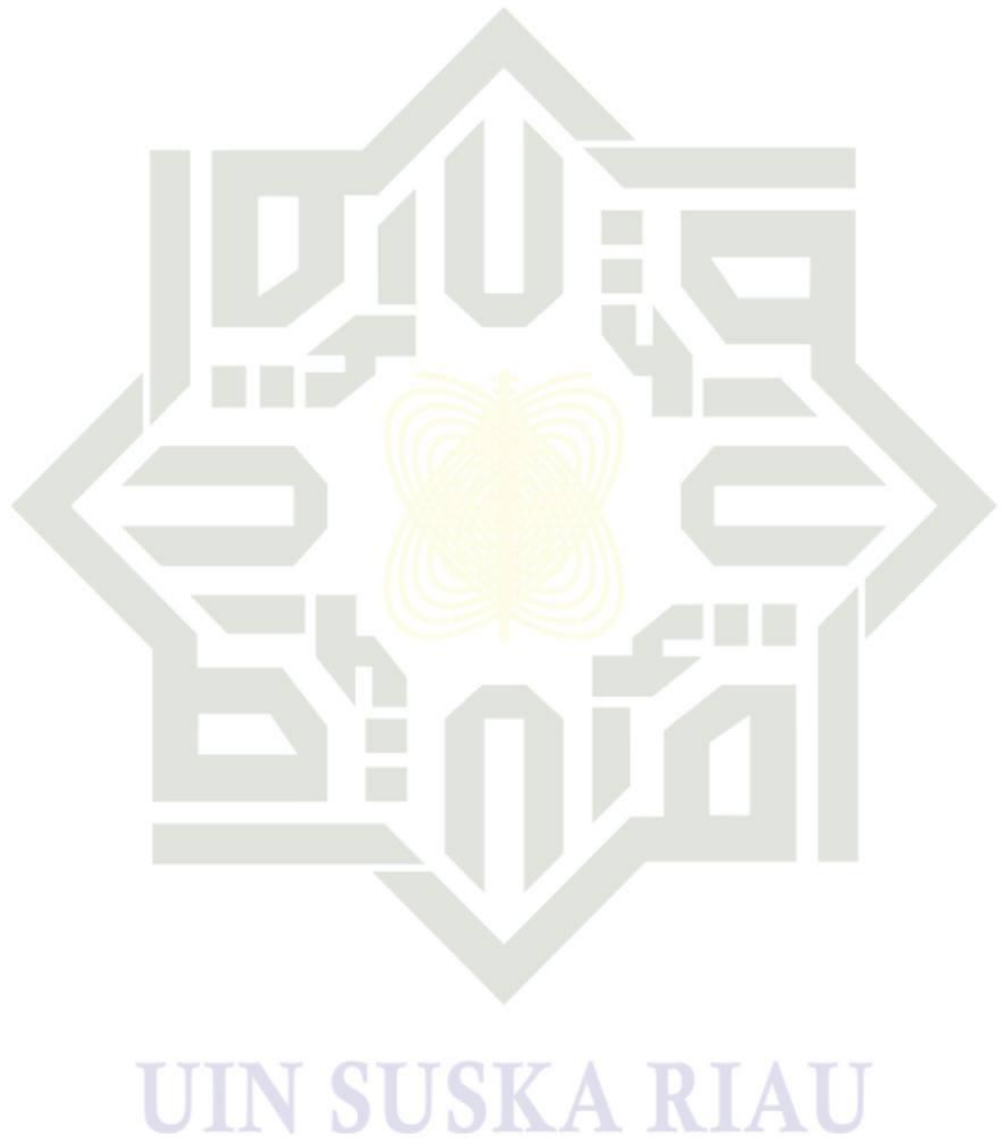
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**DAFTAR TABEL**

Tabel IV.1. Kantor Cabang PT Silver Silk Tour & Travel Pekanbaru .....	30
Tabel IV.2. Daftar Bank Pembayaran Biaya Perjalanan PT Silver Silk .....	34

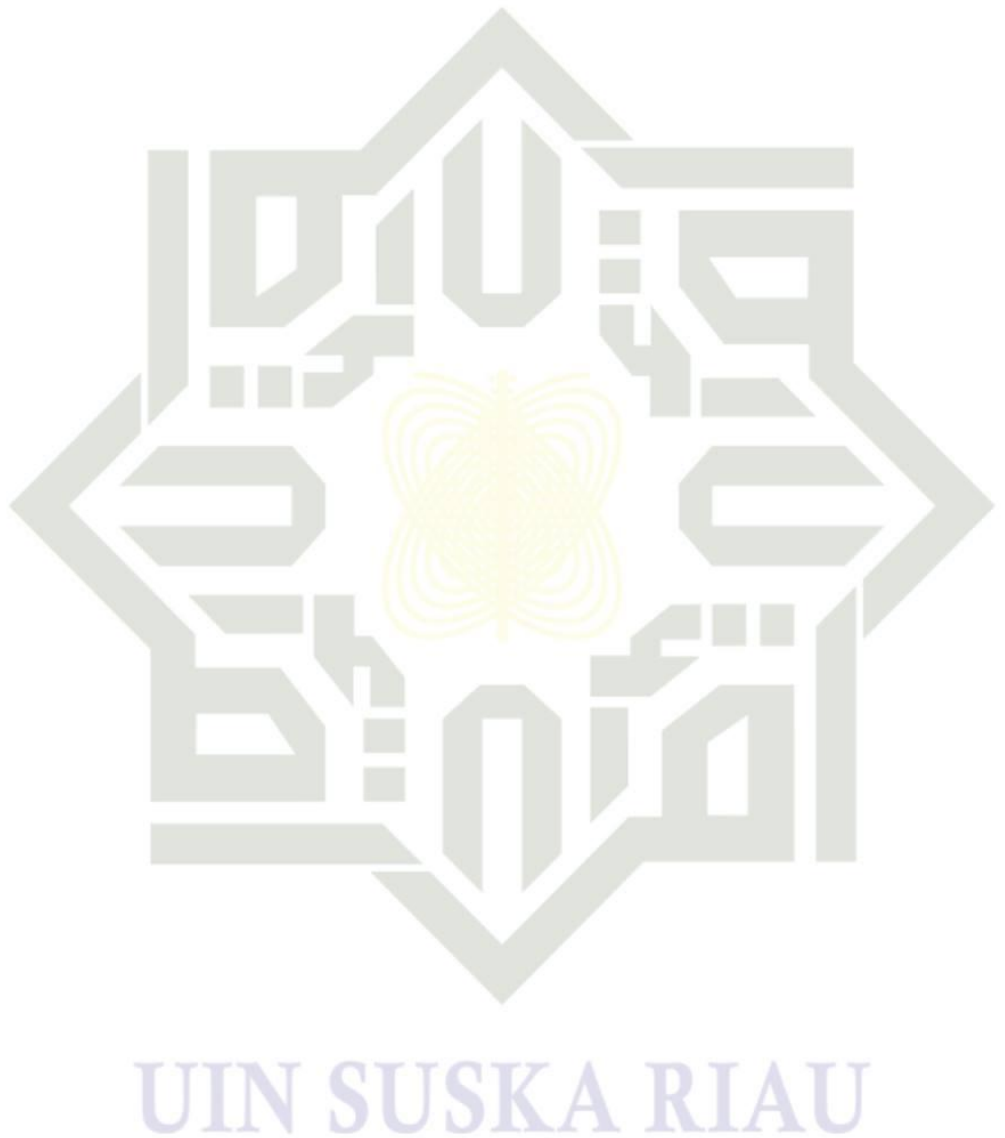


**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**DAFTAR GAMBAR**

Gambar II.1.	Kerangka Pikir .....	19
Gambar V.1.	Struktur Organisasi PT.Silver Silk Tour & Travel Pekanbaru.....	27





## DAFTAR LAMPIRAN

1. Foto dokumentasi
2. Pedoman Wawancara
3. Surat Rekomendasi pelaksanaan riset/pras riset dari Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Pemerintah Provinsi Riau
4. Surat izin pelaksanaan riset/pras riset dari PT Silver Silk Tour dan Travel Pekanbaru
5. Surat penunjukan pembimbing
6. Surat Pengesahan seminar proposal

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

UIN SUSKA RIAU

## BAB I PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Biro perjalanan umroh atau yang biasa disebut dengan travel umroh merupakan lembaga atau instansi yang menyediakan layanan perjalanan bagi jamaah yang ingin melaksanakan ibadah umroh. Penyelenggaraan umroh bertujuan untuk memberikan pembinaan, pelayanan dan dan perlindungan kepada jamaah.pada perusahaan jasa seperti travel umroh yang dipasarkan kepada masyarakat dan jamaah adalah produk yang dihasilkan berbentuk jasa yang berupa pelayanan dan pembinaan dalam melaksanakan ibadah umroh.

Perusahaan memahami kebutuhan segmen dan mengejar kepemimpinan biaya dalam segmen sasaran<sup>1</sup>, maka dibutuhkan strategi pemasaran yang kompeten, dimana pada awalnya “strategi” lebih banyak dipakai oleh kalangan militer daripada pelaku bisnis. Namun dari perkembangan yang ada pelaku bisnis mengadopsi kata tersebut seiring dengan dinamika kompetisi yang semakin sengit dari waktu ke waktu.<sup>2</sup>

Sedangkan strategi secara umum adalah perencanaan yang mendahului tindakan.Menurut Peter Drucker, strategi adalah tindakan dengan maksud tertentu. Menurut Moore strategi adalah suatu desain untuk bertindak. Sedangkan Menurut Minzbreg strategi adalah konsepsi sebelum adanya tindakan. Strategi dalam bahasa yang mudah dipahami adalah aktifitas mengevaluasi situasi eksternal dan internal secermat mungkin kemudian mempersiapkan, merencanakan, dan mengatur kekuatan beserta sarana yang sudah ada, sekaligus dalam waktu bersamaan menciptakan kekuatan dan sarana baru untuk meghadapi kompetisi bisnis sehingga pada saat berada dimedan pertempuran bisnis kita tinggal menggerakkan kekuatan dan sarana tersebut.

<sup>1</sup>Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: PT Indeks, 2009)

, 69-69.

<sup>2</sup>Michael E. Porter , *Strategi Bersaing* (PT. Gelora aksara Pratama ) , 1-2.



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

Jumlah jamaah umroh cenderung meningkat dari tahun ke tahun, dan banyak motif muslim yang berada di Indonesia melaksanakan ibadah haji diantaranya untuk meningkatkan amal kebaikan, meningkatkan ketaqwaan kepada allah dan menjalankan sunnah sebagai umat muslim, bahkan semakin tinggi pendidikan umat islam, maka semakin kuat pula ilmu yang mereka miliki dan semakin memotivasi mereka untuk melakukan ibadah umroh.<sup>3</sup>

Berdasarkan fakta diatas maka semakin mempengaruhi pengusaha untuk membuka bisnis haji dan umroh, hal ini membuat PT. silver silk berlomba lomba dengan travel lainnya yang ada dikota Pekanbaru untuk meningkatkan jumlah jamaah disetiap tahunnya tentunya dengan *marketing* yang semakin dimodifikasi, dimana setiap perusahaan memiliki target tertentu untuk kemajuan usahanya.

Perkembangan dunia usaha dari waktu ke waktu semakin tidak terbendung, hal ini dapat dilihat dari semakin menjamurnya perusahaan-perusahaan yang kemudian berimplikasi pada ketatnya persaingan antara perusahaan termasuk perusahaan-perusahaan biro perjalanan haji dan umroh.

PT. Silver Silk merupakan salah satu perusahaan yang berdiri sebagai imbas dari banyaknya permintaan pasar yang dimana banyak calon jamaah umroh yang ingin mendapatkan fasilitas serta kemudahan yang lengkap dan praktis. Disamping ibadah umroh yang dijadikan sebagai suatu usaha, PT.Silver Silk melayani perjalanan umroh yang terlebih lagi pada saat ini merupakan suatu trend, dimana dengan adanya perjalanan umroh ini mengalami pelonjakan yang sangat drastis, sebab ada beberapa pandangan dari beberapa konsumen bahwa sebelum berangkat haji alangkah baiknya bila umroh terlebih dahulu sebagai suatu ujian sebelum melaksanakan ibadah haji.

Maka dalam hal ini PT.Silver Silk perlu mempunyai *team marketing* yang kompeten untuk menjaring jamaah, dan dengan banyak minat orang yang ingin melakukan ibadah umroh maka usaha biro perjalanan umroh ini menjadi ladang usaha yang menguntungkan bagi perusahaan itu sendiri.

---

<sup>3</sup>Direktorat Penyelenggaraan Haji dan Umroh Kementrian Agama RI ,*Haji dari Masa ke Masa*, (Jakarta: Balai Pustaka, 2005), 11.

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau  
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Salah satu lembaga yang bergerak dibidang penyediaan jasa perjalanan ibadah umroh yang ada diRiau adalah PT.Silver Silk di Kota Pekanbaru.dan dalam rangka merebut dan menguasai serta mempertahankan dan meningkatkan jumlah jamaah nya PT.Silver Silk juga harus melakukan kegiatan-kegiatan promosi yang dilaksanakan secara objektif guna menjaring calon jamaah umroh seperti yang diharapkan.

Promosi merupakan salah satu variabel dari bauran pemasaran yang sangat penting dilaksanakan oleh perusahaan dalam memasarkan produk dan jasa.Kegiatan promosi bukan saja berfungsi sebagai alat komunikasi antara perusahaan dengan konsumen, melainkan juga sengai alat untuk mempengaruhi konsumen dalam kegiatan pembelian atau penggunaan jasa sesuai dengan keinginan dan kebutuhan.<sup>4</sup>

Menurut konsep pemasaran berhasilnya suatu perusahaan apabila perusahaan tersebut dapat memenuhi kebutuhan konsumen dengan lebih baik, hal ini menunjukkan bahwa perusahaan tersebut telah memasuki era kompetisi. Sejalan dengan hal tersebut, upaya yang dilakukan dalam memasarkan suatu produk yakni dengan melakukan kegiatan promosi yang meliputi: *adversiting, sales promotion, personal selling , public relation, direct marketing* agar calon konsumen lebih mengenal, memahami, serta simpati terhadap produk yang ditawarkan. Promosi dihadapkan pada berbagai macam kegiatan yang dapat dilakukan perusahaan untuk mengkomunikasikan kelebihan-kelebihan produk yang dimiliki agar dapat membujuk calon pembeli.Oleh karena itu, perusahaan harus memiliki bentuk promosi yang tepat agar menghasilkan *feedback* sehingga dapat meningkatkan volume penjualan.

Berdasarkan latar belakang masalah di atas maka penulis tertarik untuk mencoba menganalisa dengan melakukan penelitian secara spesifik pada umroh di PT. Silver Silk untuk mengetahui lebih lanjut mengenai bagaimana proses strategi pemasaran dalam meningkatkan jumlah jamaah umroh di PT. Silver Silk. Maka peneliti bertujuan untuk melakukan penelitian dengan judul, **“Strategi Pemasaran PT Silver Silk dalam Meningkatkan Jumlah Jamaah Umroh di Kota Pekanbaru”**

<sup>4</sup> Assauri Sofian, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta:Raja Grafindo Persada,2011),17.



## B. Penegasan Istilah

Dalam penelitian ini penulis perlu mempertegas beberapa istilah dalam judul, terutama pada beberapa kata kunci yang penulis anggap penting. dengan maksud untuk menghindari terjadinya penyimpangan dan kesalah pahaman terhadap judul penelitian ini, maka penulis perlu memberikan penegasan pada istilah-istilah berikut :

### 1. Strategi Pemasaran

Strategi adalah perencanaan yang mendahului tindakan <sup>5</sup> , sedangkan pemasaran adalah sebagai proses dan pelaksanaan konsepsi, penetapan harga, promosi dan distribusi gagasan, barang dan jasa untuk menciptakan pertukaran yang memuaskan tujuan individual dan organisasi.

Jadi, strategi pemasaran yang penulis pakai adalah strategi pemasaran marketing *mix* yaitu rencana yang menjabarkan ekspektasi perusahaan akan dampak dari berbagai aktifitas atau program pemasaran terhadap permintaan produk atau lini produk di pasar tertentu.

### 2. PT.Silver Silk

PT.Silver Silk Tour and Travel didirikan pada tanggal 12 januari 2001 di pekanbaru, PT Silver Silk Tour and Travel berlokasi di JL Kaharuddin Nasution No 77 Simpang Tiga Pekanbaru dengan SK kementrian agama RI (umroh) No D/474 Tahun 2012.

PT.Silver Silk Tour and Travel adalah sebuah perusahaan yang bergerak dalam bidang Tour and Travel yang memfokuskan dalam bidang penyelenggaraan, pelayanan, ibadah haji dan umroh serta paket perjalanan lainnya.

### 3. Jamaah Umroh

Jamaah berasal dari al-ijtima' yang bermaksud berkumpul atau bersatu. Namun jika lafadz jamaah rangkaian dengan as-sunnah menjadi ahli sunnah wal jamaah, maka yang dimaksud dengan jamaah adalah pendahulu pendahulu umat ini yang terdiri daripara sahabat tabi'in yang

<sup>5</sup>Michael E. Porter , *Strategi Bersaing* (PT. Gelora Aksara Pratama ) , 1-2.

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

bersatu mengikuti kebenaran yang jelas daripada kitabullah dan dan sunnah rasulnya<sup>6</sup>. Sedangkan umroh dari segi bahasa adalah berkunjung, Yaitu mengunjungi kota mekkah untuk melaksanakan ibadah dengan melakukan tata cara tertentu dengan rukun rukun dan syarat-syarat yang telah ditentukan.

Jadi jamaah umroh adalah sekelompok orang yang berkumpul atau bersatu untuk mengunjungi kota makkah untuk melaksanakan ibadah umroh dengan melakukan tata cara tertentu dengan rukun-rukun dan syarat-syarat yang telah ditentukan.

### C. Rumusan Masalah

Pada uraian yang sudah dijelaskan dari latar belakang , maka yang menjadi rumusan masalah pada penelitian ini adalah “bagaimana strategi pemasaran PT.Silver Silk dalam meningkatkan jamaah umroh di Kota Pekanbaru?

### D. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

#### 1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan pokok permasalahan yang telah disebutkan diatas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengkaji strategi pemasaran PT.Silver Silk dalam meningkatkan jamaah umroh dikota pekanbaru.

#### 2. Kegunaan Penelitian

##### a. Kegunaan teoritis

Penelitian ini bertujuan sebagai bahan informasi ilmiah terkait dengan strategi pemasaran PT.Silver Silk dalam meningkatkan jumlah jamaah umroh dikota pekanbaru sehingga juga dapat menjadi rujukan juga nantinya ada yang melakukan penelitian yang sama.

- 1) Memperkaya ilmu manajemen dakwah khususnya yang berhubungan dengan strategipemasaran pada organisasi ataupun perusahaan yang bergerak dibidang jasa.

<sup>6</sup>M.Abdurrahman Rachimi, *Segala Hal Tentang Haji dan Umroh*, (Jakarta : Erlangga, 2012) 12.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- 2) Secara praktis penelitian ini berguna sebagai bukti penulis dalam menyelesaikan studi keilmuan manajemen dakwah di fakultas dakwah dan komunikasi.

**b. Kegunaan praktis**

- 1) Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran untuk menerapkan strategi pemasaran pada organisasi ataupun perusahaan yang bergerak dibidang jasa, khususnya PT.Silver Silk pekanbaru dalam rangka meraih tujuan yang telah ditetapkan.
- 2) Hasil penelitian diharapkan mampu memberikan kontribusi bagi pengkajian dan pembelajaran pada jurusan manajemen dakwah fakultas dakwah dan komunikasi.
- 3) Sebagai syarat menyelesaikan perkuliahan Program Sarjana Strata Satu (S1) dan seagai syarat memenuhi gelar sarjana sosial islam (S.Sos) pada jurusan Manajemen Dakwah konsentrasi Travelling Haji, Umroh dan Wisata Agama Fakultas Dakwah dan Komunikai.

**E. Sistematika Penulisan**

Untuk memperoleh pembahsan yang sistematis, maka penulis perlu menyusun sistematika sedbaik demikian rupa sehingga dapat menunjukkan hasil penelitian yang baik dan mudah dipahami. Adapun sistematika penulisan tersebut adalah sebagai berikut:

**BAB I : PENDAHULUAN**

Bab ini yangberisiskan latar belakang masalah, penegasan istilah, rumusan masalah, tujuan masalah dan kegunaan, serta sistematika penulisan.

**BAB II : KAJIAN TEORI DAN KERANGKA BERPIKIR**

Bab ini menguraikan kajian teori, kajian terdahulu yang relevan dengan penelitian dan kerangka berpikir yang digunakan dalam penelitian.



**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumpulkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

**BAB III : METODOLOGI PENELITIAN**

Bab ini berisikan tentang jenis dan pendekatan penelitian, lokasi dan waktu penelitian, sumber data, informan penelitian, teknik pengumpulan data, validitas data serta teknik analisis data.

**BAB IV : GAMBARAN UMUM**

Pada bab ini berisikan tentang gambaran umum lokasi penelitian.

**BAB V : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Pada bab ini penulis mengemukakan hasil penelitian dan pembahasan dari hasil wawancara yang telah dilakukan dan data-data mengenai strategi pemasaran PT.Silver Silk dalam meningkatkan jumlah jamaah umroh di Pekanbaru.

**BAB VI : PENUTUP**

Pada bab ini penulis mengemukakan kesimpulan dari hasil penelitian saran-saran untuk PT.Silver Silk dalam mengimplementasikan strategi pemasaran.

**DAFTAR PUSTAKA**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## BAB II

### KAJIAN TEORI DAN KERANGKA BERPIKIR

#### A. Kajian Teori

##### 1. Strategi

Menurut etimologi, strategi diartikan teknik atau taktik. Dalam dunia bisnis taktik merupakan sekumpulan program kerja yang dibentuk untuk melengkapi strategi bisnis. Taktik merupakan penjabaran operasional jangka pendek dari sebuah strategi, agar strategi tersebut dapat diterapkan.<sup>7</sup>

Sedangkan menurut kamus besar bahasa Indonesia, strategi adalah ilmu atau seni menggunakan semua sumber daya bangsa-bangsa untuk melaksanakan kebijakan tertentu dalam perang dan damai, atau rencana yang cermat mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran khusus.<sup>8</sup>

Dalam konteks bisnis, strategi menggambarkan arah bisnis yang mengikuti lingkungan yang dipilih dan merupakan pedoman untuk mengalokasikan sumber daya dan usaha sebuah organisasi.

Strategi merupakan rencana berskala besar bagi manajemen organisasi yang berorientasi jangka panjang masa depan yang jauh, yang ditetapkan sedemikian rupa, sehingga memungkinkan organisasi berinteraksi secara efektif dengan lingkungan dalam kondisi persaingan yang semuanya diarahkan pada optimalisasi pencapaian tujuan dan berbagai sasaran orang yang bersangkutan.<sup>9</sup>

Menurut Stoner, strategi dapat didefinisikan sebagai program untuk menentukan dan mencapai tujuan organisasi, serta mengimplementasikan misinya. Makna yang terkandung dari strategi ini adalah bahwa para manager memainkan peranan aktif, sadar dan rasional dalam merumuskan strategi organisasi.

<sup>7</sup> Akdon, *Strategic Management For Educational Manajement*, 3-4.

<sup>8</sup> Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional RI, Kamus Bahasa Indonesia, Edisi Keempat (Jakarta: Balai Pustaka, 2005), 1092.

<sup>9</sup> Eni Trisnawati Sule dan Kurniawan Saifullah, *Pengantar Manajemen*, (Jakarta: Kencana, 2009), 123.

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Strategi dan perencanaan yang baik adalah kunci dari keberhasilan pemasaran. Perencanaan, dalam strategi harus menghasilkan sesuatu yang fleksibel dalam keperluan penempatan tujuan pemasaran itu sendiri.

Adapun langkah-langkah strategi dalam menjalankan perusahaan yaitu antara lain ;<sup>10</sup>

- a. Mendefinisikan visi dan misi perusahaan
- b. Merencanakan tujuan dan sasaran perusahaan
- c. Merancang forfolioc bisnis
- d. Merencanakan strategi fungsional.

Tujuan perencanaan strategi adalah agar perusahaan dapat melihat secara objektif kondisi-kondisi internal dan eksternal, sehingga perusahaan dapat mengantisipasi perubahan lingkungan eksternal.

Bagi saya strategi dalam bahasa yang mudah dipahami adalah aktifitas mengevaluasi situasi eksternal dan internal secermat mungkin kemudian mempersiapkan, merencanakan, dan mengatur kekuatan beserta sarana yang sudah ada, sekaligus dalam waktu bersamaan menciptakan kekuatan dan sarana baru untuk meghadapi kompetisi bisnis sehingga pada saat berada dimedan pertempuran bisnis kita tinggal menggerakkan kekuatan dan sarana tersebut.

## 2. Konsep Pemasaran

Pemasaran adalah suatu proses social dan majerial dengan mana individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan cara menciptakan serta memerlukan produk dan nilai dengan pihak lain.<sup>11</sup>

Filosofi pemasaran mengalami evolusi dari orientasi internal menuju orientasi eksternal. Artinya pemasaran beralih dari yang semula menekankan “try to make what I can self” berusaha menjual apa yang bisa saya hasilkan, menjadi “try to make what I can sell” (berusaha menghasilkan produk atau jasa karena yang bisa dijual karena dibutuhkan

<sup>10</sup>Hendra Riofita, *Strategi Pemasaran*, (Pekanbaru:Mutiar Pesisir Sumatra,2015), 20.

<sup>11</sup>Kasim, *Pemasaran bank*, (Jakarta:Kencana,2005),Cet Ke -1, 61.



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dan diinginkan konsumen).orientasi internal tercermin dalam konsep produksi, konsep produl dan konsep penjualan, sedangkan orientasi eksternal di refleksikan dalam konsep pemasaran social.<sup>12</sup>

Untuk dapat menarik konsumen, dan menjadi kepercayaan konsumen, perusahaan harus memiliki nilai pemasaran, nilai pemasaran dapat dikelompokkan menjadi 3 yaitu :

**a. Merk atau brand**, yaitu nilai yang berkaitan dengan nama atau nilai yang melekat pada suatu perusahaan senantiasa berusaha meningkatkan brand equity. cara mengelola ekuitas merk (brand equity) ada 5 :

- 1) *Brand loyalty*, dapat dikelola dengan cara menciptakan tingkat pembelian kembali, menciptakan daya tarik kepada konsumen secara terus menerus memberikan respon terhadap pesaing yang mengancam serta yang mengoptimalkan biaya pemasaran.
- 2) *Brand awareness*, dapat dikelola dengan cara mengingatkan secara terus menerus manfaat produk terhadap konsumen
- 3) Persepsi mengenai kualitas, dapat dikelola dengan cara menerapkan strategi diferensiasi, strategi harga melibatkan kelompok konsumen yang sama dan menjaga kualitas produk sehingga sesuai dengan harapan konsumen
- 4) *Brand associations*, dapat dikelola dengan cara menciptakan perasaan dan perilaku prinsip terhadap merek secara terus menerus
- 5) *Brand asset*, dapat dikelola dengan cara menciptakan keunggulan bersaing terhadap produk-produknya.<sup>13</sup>

Jika band equity ini dapat dikelola dengan baik perusahaan yang bersangkutan setidaknya akan mendapat dua hal. pertama, para konsumen akan mnerima nilai produknya, mereka dapat merasakan

<sup>12</sup>Fandi Tjiptono dan Gregorius Chandra, *Pemasaran Strategik*, (Jogjakarta:C.V Andi offset,2012), Edisi 2, 9.

<sup>13</sup>Freddy Rangkuti, Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis Reorientasi, *Konsep Perencanaan Strategis Untuk Menghadapi Abad 21*, (Jakarta:PT Gramedia Pustaka Utama,1997), 49.

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

semua manfaat yang diperoleh dari produk yang mereka beli dan merasa puas karena produk itu sesuai dengan harapan mereka.

- 1) Pelayanan atau service, yaitu nilai yang berkaitan dengan pemberian jasa pelayanan kepada konsumen. kualitas pelayan kepada konsumen ini perlu terus-menerus ditingkatkan.
- 2) Proses yaitu nilai yang berkaitan dengan prinsip perusahaan untuk membuat setiap karyawan terlibat dan memiliki rasa tanggung jawab dalam proses memuaskan konsumen, baik secara langsung maupun secara tidak langsung.

Strategi pemasaran merupakan hal yang sangat penting bagi perusahaan dimana strategi pemasaran merupakan suatu cara mencapai tujuan dari sebuah perusahaan. Hal ini juga di dukung oleh pendapat swasta “strategi adalah serangkaian rancangan besar yang menggambarkan bagaimana sebuah perusahaan harus beroperasi untuk mencapai tujuannya.”<sup>14</sup>

Sehingga dalam menjalankan usaha kecil khususnya diperlukan adanya melalui strategi pemasarannya. Karena pada saat kondisi kritis justru usaha kecil yang mampu memberikan pertumbuhan terhadap pendapatan masyarakat. Pemasaran menurut W.Y Stanton pemasaran adalah suatu yang meliputi seluruh system yang berhubungan dengan tujuan untuk merencanakan dan menentukan harga sampai dengan mempromosikan dan mendistribusikan barang dan jasa yang bisa memuaskan kebutuhan pembeli aktual maupun potensial.

Berdasarkan definisi diatas, proses pemasaran dimulai dari menemukan apa yang diinginkan oleh konsumen, yang akhirnya pemasaran memiliki tujuan yaitu :

- 1) Konsumen potensial mengetahui secara rinci produk yang kita hasilkan dan perusahaan dapat menyediakan semua permintaan mereka atas produk yang dihasilkan.

<sup>14</sup>William J Stanton, *Prinsip Pemasaran*, (Jakarta:Erlangga, 1991),5.

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- 2) Perusahaan dapat menjelaskan secara detail semua kegiatan yang berhubungan dengan pemasaran. Kegiatan pemasaran ini meliputi berbagai kegiatan, mulai dari penjelasan produk, desain produk, promosi produk, pengiklanan produk, komunikasi kepada konsumen, sampai pengiriman produk kepada konsumen secara cepat.
- 3) Mengenal dan memahami konsumen sedemikian rupa sehingga produk cocok dengannya dan dapat terjual dengan sendirinya.

#### b. Bauran Pemasaran (Marketing Mix)

Bauran pemasaran adalah kegiatan pemasaran yang terpadu dan saling menunjang satu sama lain. Keberhasilan dibidang pemasaran didukung oleh keberhasilan dalam memilih produk yang tepat, harga yang layak, saluran distributor yang baik, dan promosi yang efektif. Istilah bauran pemasaran mengacu pada panduan strategi produk, distribusi, promosi, dan penentuan harga yang bersifat unik yang dirancang untuk menghasilkan pertukaran yang saling memuaskan dengan pasar yang dituju.<sup>15</sup>

- 1) Produk adalah barang atau jasa yang bisa ditawarkan di pasar untuk mendapatkan perhatian, permintaan, pemakaian atau konsumsi yang dapat memenuhi keinginan atau kebutuhan. Pembuatan produk lebih baik diorientasikan pada keinginan pasar atau selera konsumen, misalnya dalam hal mutu, kemasan, dan lain lainnya.<sup>16</sup>
- 2) Harga (price)

Harga adalah sejumlah kompensasi (uang ataupun barang, kalau mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi barang atau jasa. Penentuan harga dalam ekonomi syariah didasarkan atas mekanisme pasar, yakni harga ditentukan

<sup>15</sup>M.Fuad dkk, *Pengantar Bisnis*, (Jakarta:PT Gramedia Pustaka Utama,2001), 128.

<sup>16</sup>Charles W Lamb. Jr *Pemasaran* (Jakarta:Salemba Empat,2001), 55.



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

berdasarkan kekuatan permintaan dan penawaran atas azas sukarela sehingga tidak ada satu pihakpun teraniaya atau terzalimi.<sup>17</sup>

#### 3) Promosi (promotion)

Bagi produsen, promosi adalah kegiatan untuk menginformasikan produk, membujuk konsumen untuk membeli serta mengingatkan konsumen agar tidak melupakan produk. Sementara bagi konsumen, promosi adalah komunikasi antara produsen dan konsumen. Kegiatan dalam promosi ini pada umumnya adalah periklanan, personal selling, promosi penjualan, pemasaran langsung, serta hubungan masyarakat dan publisitas.

#### 4) Tempat Atau Distribusi (Place Atau Distribution)

Distribusi merupakan kegiatan ekonomi yang menjembatani kegiatan produk dan konsumsi, sehingga barang dan jasa dapat sampai ke tangan konsumen. Penempatan suatu produk atau jasa sangat mempengaruhi tingkatan harga, semakin representatif suatu tempat maka berdampak akan semakin tinggi nilai suatu produk.<sup>18</sup>

#### c. Jasa

Jasa adalah setiap kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lainnya, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan seseorang memiliki sesuatu. Produksinya dapat atau tidak dapat terkait pada produk fisik, seperti penyediaan jasa perjalanan ibadah umroh dan lain sebagainya.

Jasa merupakan sesuatu yang diproduksi dan dikonsumsi secara bersamaan. Jadi hasil dari jasa akan dapat dilihat setelah jasa tersebut diselesaikan. Perbedaan jasa dari manufaktur adalah dari sudut serentak produksi dan konsumsi yang membedakan perilaku jasa dan operasinya. Jasa biasa dibawa ke konsumen maupun sebaliknya, sehingga konsumen merupakan faktor penting dari ketidakpastian

<sup>17</sup>M Fuad dkk, *Pengantar Bisnis*, 129

<sup>18</sup>Abdullah Amrin, *Strategi Pemasaran Asuransi Syariah*, 62

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

yang akan dikendalikan. Selain itu jasa juga tidak dapat diproduksi disuatu tempat dan kemudian dikirim ketempat lain maupun disimpan (kecuali jasa informasi).

Jasa dikenali konsumen hanya berdasarkan realitas, yaitu sesuatu yang berwujud. Unsur-unsur jasa bersifat abstrak. Karena sifatnya yang abstrak, pihak pemasaran harus berusaha menyajikan jasa sebagai sesuatu yang nyata.

Bisnis jasa sangat kompleks, karena banyak elemen yang mempengaruhinya, diantaranya system internal organisasi, lingkungan fisik, kontrak personal, iklan, tagihan dan pembiayaan. Oleh sebab itu, Gronroos menegaskan bahwa pemesanan jasa tidak hanya membutuhkan pemasaran eksternal, tetapi juga pemasaran internal dan interaktif.

#### d. Jamaah Umroh

Jamaah berasal dari ijtima yang bermaksud berkumpul atau bersatu. namun jika lafaz jamaah dirangkaian dengan as-sunnah, menjadi ahli sunnah wal jamaah, maka yang dimaksud dengan jamaah adalah pendahulu umat ini yang terdiri dari para sahabat, tabi'in dan tabi'un yang bersatu mengikuti kebenaran yang jelas daripada kitabullah dan sunnah rasulullah saw<sup>19</sup>. sedangkan umroh dalam segi bahasa ialah berkunjung. yaitu mengunjungi kota makkah untuk melaksanakan ibadah (Seperti tawaf dan sa'i) dalam melakukan tata cara tertentu dan dengan rukun-rukun dan syarat-syarat yang telah ditentukan.

Al – Quran surat Al Baqarah 158

﴿ إِنَّ الصَّفَا وَالْمَرْوَةَ مِنْ شَعَائِرِ اللَّهِ فَمَنْ حَجَّ الْبَيْتَ أَوْ اعْتَمَرَ فَلَا جُنَاحَ عَلَيْهِ أَنْ يَطَّوَّفَ بِهِمَا وَمَنْ تَطَوَّعَ خَيْرًا فَإِنَّ اللَّهَ شَاكِرٌ عَلِيمٌ ﴾

<sup>19</sup>M.Abdurrahman Rachimi, *Segala Hal Tentang Haji dan Umroh*, (Jakarta : Erlangga, 2012), 12.

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Artinya : *Sesungguhnya Shafaa dan Marwa adalah sebahagian dari syi'ar Allah. Maka Barangsiapa yang beribadah haji ke Baitullah atau ber-'umrah, Maka tidak ada dosa baginya mengerjakan sa'i antara keduanya. dan Barangsiapa yang mengerjakan suatu kebajikan dengan kerelaan hati, Maka Sesungguhnya Allah Maha Mensyukuri kebaikan lagi Maha mengetahui.*

Jadi jamaah umroh adalah sekelompok orang yang berkumpul atau bersatu untuk mengunjungi kota mekkah untuk melaksanakan ibadah umroh dengan melakukan tata cara tertentu dengan rukun-rukun dengan syarat-syarat yang telah ditentukan.

Dan menjalankan suatu usaha tentu perusahaan menginginkan kesuksesan bagi usahanya. peningkatan jumlah jamaah merupakan salah satu kesuksesan yang harus dicapai oleh perusahaan dari tahun ke tahun. Karna jika meningkatnya jumlah jamaah akan menambah pendapatan yang akhirnya akan meningkatkan laba bagi perusahaan.<sup>20</sup>

Sebuah perusahaan jasa khususnya dibagian travel bersaing dengan perusahaan jasa travel lainnya untuk menarik simpati calon jamaah. Dan untuk memenangkan persaingan ini tentunya perusahaan jasa travel mempunyai strategi pemasaran yang berbeda untuk melakukan sosialisasi dengan berbagai perusahaan, mengikuti pameran bekerja sama dengan media cetak dan elektronik secara langsung.

Ada beberapa cara untuk mendapatkan jamaah yang diinginkan:

- 1) Mengarahkan seluruh karyawan sebagai marketing

Dalam hal ini seluruh karyawan harus diarahkan untuk menjadi seorang marketer artinya seluruh karyawan ditugaskan untuk menawarkan produk dari sebuah travel tsb melalui menyebarkan brosur kepada keluarga, teman, maupun pada masyarakat, tidak hanya itu seluruh karyawan juga menyebar luaskan informasi mengenai harga dan tanggal keberangkatan.

<sup>20</sup>Irvan Dani, *Bagaimana Memperbaiki Pemasaran Usaha Anda* (Jakarta : Friendrich Ebbel Stifig, 2001), 30.



**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2) Pelatihan marketing

Pelatihan marketing yaitu memberikan pelatihan kerja yang baik akan berkontribusi kepada keberhasilan perusahaan .dan dalam hal ini terus dilakukan untuk meningkatkan pengetahuan dan pelayanan serta teknik atau strategi marketing sesuai dengan perkembangan peraturan bagi perusahaan tanpa mengabaikan kepentingan dan prosedur administrasi pada sisi lainnya. misalnya seperti pelatihan dokumen dan ticketing.

Komitmen perusahaan untuk memberikan pelayanan yang sangat baik, maka perekrutan pada para petugas marketing pelayanan pelanggan perlu lebih diperhatikan. Dalam artian orang yang merekrut bukan orang yang hanya memahami tugasnya saja akan tetapi, juga harus memiliki penilaian yang baik dan nyaman dengan keputusan yang diambilnya sendiri.

3) Program training di Mekkah dan Madinah

Melakukan training di makkah dan madinah merupakan program yang paling diutamakan oleh sebuah perusahaan jasa travel, karna hal inilah yang membedakan dengan travel lainnya. tidak hanya itu dalam strategi meningkatkan jumlah jamaah program ini menjadi selling point bagi marketing dalam meningkatkan jumlah jamaahnya.

4) Sosialisasi program umrah

Sebuah perusahaan jasa travel harus melakukan sosialisasi di berbagai perusahaan seperti pameran, media cetak dan elektronik. dan untuk meningkatkan jumlah jamaah harus perlu adanya pelayanan program dan meningkatkan lagi yang lebih maksimal terhadap jamaah umroh, selain itu travel juga harus mempunyai cabang pembantu ke berbagai tempat dan pelosok, sehingga apa yang diharapkan sesuai dengan keinginan.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## B. Kajian Terdahulu

Dalam penelitian ini, penulis akan mendeskripsikan pada penelitian-penelitian lain yang berbentuk skripsi dan ada relevannya dengan judul diatas. Adapun penelitian yang hampir mirip dan sama namun berbeda dengan penelitian ini yaitu penelitian yang berjudul:<sup>21</sup>

Pertama “*strategi pemasaran program umroh dalam upaya meningkatkan jumlah jamaah pada ESQ Tours and Travel 165*” jakarta 2015 karya Aceng Ahmad Farulroji. skripsi ini membahas tentang strategi pemasaran pada perusahaan secara umum serta melakukan perbandingan untuk mengetahui apakah prosedur strategi pemasaran pada perusahaan secara umum serta melakukan perbandingan untuk mengetahui apakah prosedur strategi yang digunakan oleh ESQ Tour and Travel mengikuti teori atau memiliki strategi pemasaran sendiri.berbeda dari penelitian yang dilakukan oleh Aceng Ahmad Fahruloji tersebut. selain berfokus pada pemasaran biro haji dan umroh khususnya menawarkan produk kepada jamaah.

Kedua “*analisis strategi bauran pemasaran haji dan umroh pada PT. NRA Tours dan Travel Jakarta selatan*” Jakarta 2013 karya Muhammad yusuf Sayudi skripsi ini membahas tentang strategi pemasaran yang dilakukan oleh pt NRA Tours Dan Travel jakarta selatan dalam memasarkan produknya berdasarkan 4 variable bauran pemasaran yaitu produk, price, place, dan promotion .berbeda dari penelitian yang dilakukan oleh Muhammd Yusuf Sayudi Tersebut, penelitian ini berfokus pada strategi pemasaran pada perusahaan dengan menggunakan teori marketing mix jasa yang meliputi 7 variable antara lain: product, price, place, promotion,people,physical evidence dan prosses.

Berbeda dari dua penelitian diatas, selain dari segi objek yang berbeda, penelitian ini menekankan pada strategi pemasaran pada perusahaan pelayanan jasa yaitu menawarkan produk yang dimilikinya dan menyediakan lembaga jasa penyelenggaraan ibadah umroh. Strategi Pemasaran PT Silver Silks Tour Dan Travel dalam meningkatkan jamaah umroh di kota pekanbaru.

<sup>21</sup> Aceng Ahmad Fahluroji, ( *Strategi Pemasaran Program Umroh dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Jamaah Pada ESQ Tour Dan Travel 156*),2015.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau  
C. Kerangka Pikir

Kerangka pikir dapat berupa kerangka teori dan dapat pula berupa kerangka penalaran logis,. Kerangka berpikir merupakan uraian ringkas tentang teori yang digunakan dan cara menggunakan teori tersebut dalam menjawab pertanyaan penelitian<sup>22</sup>. kerangka berpikir itu bersifat operasional yang diturunkan dari satu atau beberapa teori atau dari beberapa pertanyaan-pertanyaan logis, Di dalam kerangka berpikir inilah akan didudukkan masalah penelitian yang telah diidentifikasi dalam kerangka teoritis yang relevan dan mampu mengungkap, serta menunjukkan perspektif terhadap atau dengan masalah penelitian. Ada dua bagian umum dalam berpikir yang selalu digunakan baik dalam sehari-hari maupun berpikir dalam penelitian ilmiah yaitu : *pertama* deduksi, proses berpikir yang menggunakan proses-proses umum bergerak menuju khusus. *Kedua* induksi , proses berpikir yang menggunakan premis-premis khusus bergerak menuju premis umum. Dari khusus ke umum .<sup>23</sup>

Kerangka pikir juga biasa disebut kerangka konseptual , kerangka pikir merupakan uraian atau pernyataan mengenai kerangka konsep pemecahan masalah yang telah diidentifikasi atau dirumuskan. kerangka pikir juga diartikan sebagai penjelasan sementara terhadap gejala yang menjadi objek permasalahan. Disamping itu, adapula yang berpendapat bahwa kerangka pikir adalah model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting.<sup>24</sup>

Kerangka pikir merupakan kerangka penalaran logis, urutan berpikir logis sebagai suatu ciri dari cara berpikir ilmiah yang digunakan dan cara menggunakan logika tersebut sebagai pemecahan masalah. PT Silver Silk Tour Dan Travel Pekanbaru dalam meningkatkan jamaah.Dasar penelitian ini adalah adanya kerangka konseptual yang menjelaskan strategi pemasaran PT

<sup>22</sup> Cik Hasan Basri ,*Penuntun Penyusunan Rencana Penelitian dan Penulisan Skripsi* (Jakarta: Raja Grafindo Persada,2001), 43.

<sup>23</sup> Bagong Suyanto dan Sutinah ,*Metode Penelitian Sosial* (Jakarta:Kencana ,2010),39.

<sup>24</sup> Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Kombinasi*(Mixed Methods) Bandung:Alfabeta,2013) 60.

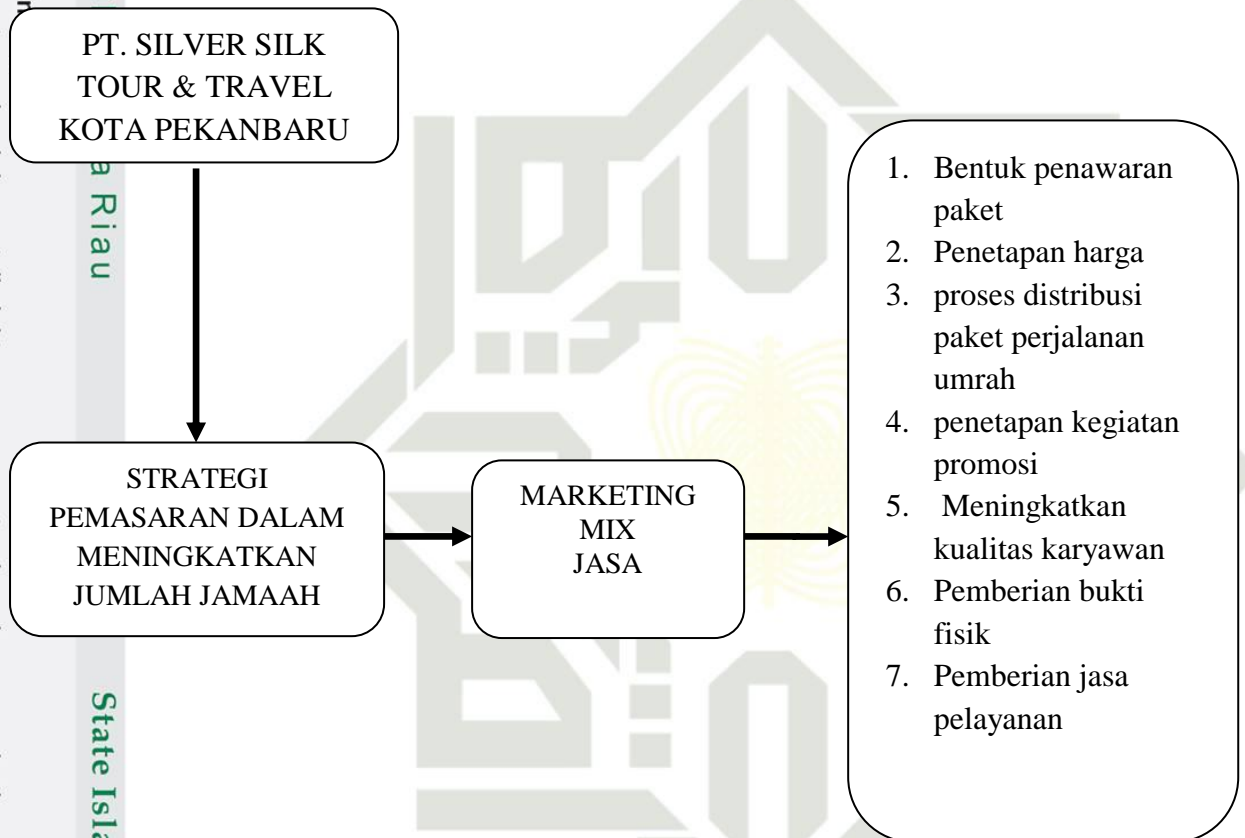
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



© Hak cipta milik UIN SUSKA RIAU

Silver Silk Tour Dan Travel Pekanbaru dalam meningkatkan jumlah jamaah umrah melalui strategi pemasaran tertentu. Untuk lebih jelasnya kerangka berfikir ini jika dijabarkan dalam bentuk bagan, maka akan tampak seperti dibawah ini :

**Gambar II.1**  
**Kerangka Pikir**



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

### BAB III

## METODOLOGI PENELITIAN

Metodologi penelitian merupakan upaya untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan dengan cara ilmiah.<sup>25</sup> Adapun metodologi penelitian penulis adalah:

#### A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Untuk mengkaji penelitian secara detail dan lengkap diperlukan suatu menggunakan jenis penelitian kualitatif. Sesuai dengan permasalahan dan tujuan penelitian, jenis penelitian ini adalah deskriptif kualitatif yaitu pemaparan dan menggambarkan dengan kata-kata atau kalimat data yang telah diperoleh untuk memperoleh kesimpulan kemudian data-data tersebut dianalisa dengan menggunakan kalimat-kalimat pendekatan permasalahan, peneliti tidak dengan bentuk angka. Dalam penelitian ini, sangat dipentingkan adalah kemampuan peneliti dalam menterjemahkan data yang diperoleh dari hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi guna memperoleh baik atau tidak baiknya hasil penelitian.

#### B. Waktu dan Tempat Penelitian

Lokasi penelitian bertempat di PT. Silver Silk Wisata Pekanbaru Riau. Sedangkan waktu penelitian ini dilaksanakan setelah proposal ini di seminarkan.

#### C. Sumber Data

Sumber data adalah subjek dari mana data dapat diperoleh.<sup>26</sup> Sumber data dikelompokkan menjadi dua yaitu:

##### 1. Data Primer

Data primer merupakan data yang didapat dari sumber-sumber pertama baik dari individu seperti hasil dari wawancara atau hasil pengisian kuensioner yang biasa dilakukan oleh peneliti. Terkait dengan

<sup>25</sup>Yasril Yazid, Dkk, *Metodologi Penelitian*, (Pekanbaru: Unri Press, 2009, 5.

<sup>26</sup>Arikunto, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2002), 107.

## D. Informan Penelitian

Informan penelitian adalah subjek yang memahami informasi objek-objek penelitian sebagai pelaku maupun orang lain yang memahami penelitian<sup>28</sup>. Dalam penelitian ini penulis menggunakan informan 3 (tiga) orang, yang terdiri dari 1 (satu) orang pimpinan PT. Silver Silk Wisata dan 2 orang staff PT. Silver Silk Wisata.

## E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data mempunyai peranan yang sangat penting untuk menentukan keberhasilan dalam mencapai suatu penelitian, dalam arti bahwa berhasil tidaknya suatu penelitian tergantung dari bentuk pengumpulan data yang dilakukan<sup>29</sup>.

Adapun Teknik pengumpulan data yang digunakan sesuai dengan metode pengumpulan data:<sup>30</sup>

### 1. Observasi

Observasi adalah pengumpulan data dengan melakukan pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap fenomena yang akan di selidiki.<sup>31</sup> Dalam hal ini, peneliti berpedoman kepada desain penelitiannya perlu mengunjungi lokasi penelitian untuk menengamati.

<sup>27</sup>Husein Umar, *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 1998), 42.

<sup>28</sup>Burhan Bungin, *Penelitian Kualitatif*, 76.

<sup>29</sup>Sugiono, *Memahami Penelitian Kualitatif* (Bandung: Alfabeta, 2013), 197.

<sup>30</sup>Soetrisno Hadi, *Metode Research*. Jilid 1 (Yogyakarta: ANDI. 1980), 136

<sup>31</sup>Sugiono, *Metode Penelitian Kombinasi*, (Bandung: Alfabert, 2014), 136.



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

langsung berbagai hal atau kondisi yang ada di lapangan, metode in penulis gunakan untuk memperoleh data tentang strategi Pemasaran PT. Silver Silk Wisata Dalam Meningkatkan Jumlah Jamaah umrahdi Kota Pekanbaru.

## 2. Wawancara

Wawancara adalah percakapan dengan ma Percakapan dilakukan oleh dua pihak yaitu pewawancara yang mengajukan pertanyaan dan terwawancara yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu.<sup>32</sup>

Dalam penelitian ini, proses interview (wawancara) dilakukan untuk mendapatkan data dari informan tentang Strategi Pemsaran PT PT. Silver Silk Wisata Dalam Meningkatkan Jumlah Jamaah di Kota Pekanbaru. Dalam hal ini peneliti mengajukan pertanyaan kepada informan, terkait dengan penelitan yang dilakukan. Sedangkan informan bertugas untuk menjawab pertanyaan yang diajukan oleh pewawancara. Meskipun sedemikian, informan berhak untuk tidak menjawab pertanyaan yang menurutnya privasi atau rahasia.

## 3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah mencari data mengenai hal-hal atau variable yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, prasasti, notulen rapat, agenda dan sebagainya.<sup>33</sup>

Teknik ini penulis lakukan dengan cara mengumpulkan data atau informasisecara tertulis melalui dokumen-dokumen, foto-foto dari kegiatan yang dilakukan.

## F. Validasi Data

Uji keabsahan data dalam penelitian, sering ditekankan pada uji validitas dan reabilitas. Dalam penelitian kualitatif, temuan atau data dapat dinyatakan valid apabila tidak ada perbedaan antara yang dilaporkan peneliti dengan apa yang sesungguhnya terjadi pada objek yang diteliti.

<sup>32</sup>W. Gulo, *Metodologi Penelitian* (Jakarta : PT. Gramedia, 2004), 119.

<sup>33</sup>Suharsimi dan Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik* (Jakarta Rineka Cipta, 2006), 231.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

Selanjutnya untuk menjaga keabsahan data dari hasil penelitian kualitatif, digunakan uji validasi data dengan menggunakan model triangulasi. Metode triangulasi dapat memanfaatkan peneliti, sumber data, metode dan teori. Dalam penelitian ini, untuk menguji keabsahan, peneliti menggunakan Triangulasi, metode dilakukan untuk melakukan pengecekan terhadap penggunaan metode pengumpulan data, apakah informasi yang didapat dengan wawancara sama dengan metode observasi atau apakah hasil observasi sesuai dengan informasi yang diberikan ketika di wawancarai dan saat melihat dokumentasi yang ada.<sup>34</sup> Triangulasi Data adalah teknis pemeriksaan dengan observasi yaitu membandingkan hasil wawancara dengan observasi lapangan agar data lebih akurat sesuai validitas informasi metode keabsahan data yang di dapat oleh penulis.

**G. Teknik Analisis Data**

Teknis analisis data bertujuan untuk menganalisis data yang telah terkumpul dalam penelitian ini, setelah data yang berasal dari lapangan terkumpul dan tersusun secara sistematis, maka langkah selanjutnya penulis akan menganalisa data tersebut.

Penelitian ini tergolong ke dalam penelitian Deskriptif Kualitatif, yaitu menggambarkan fenomena-fenomena dengan kata-kata atau kalimat, kemudian data-data tersebut di analisis untuk memperoleh kesimpulan.

<sup>34</sup>Kriyanto Rachmat. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Kencana (Jakarta: 2012), 72.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## BAB IV

### GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN

#### A. Sejarah PT. Silver Silk Tour dan Travel Pekanbaru

PT. Silver Silk Pekanbaru merupakan sebuah perusahaan yang bergerak dibidang jasa perjalanan yang meliputi perjalanan udara, darat dan laut. Silver Silk merupakan perusahaan jasa pariwisata yang meliputi Tours & Travel, penjualan tiket pesawat (online), perjalanan wisata dalam dan luar negeri, Hotel Reservation, dll yang lokasi terletak di Jl. Sisimangaraja No.147 Pekanbaru, karena tidak memungkinkan maka Silver Silk pindah alamat ke kantor baru yang terletak di jalan Kaharudin Nasution No.77, simpang tiga Pekanbaru.

Perkembangan dunia usaha yang semakin pesat di Pekanbaru merupakan dasar didirikannya PT. Silver Silk, karena dinilai tingginya minat masyarakat dalam memenuhi kebutuhan akan sarana transportasi khususnya untuk perjalanan ibadah haji dan umrah.

PT. Silver Silk Tours & Travel berdiri pada tanggal 12 Januari 2001. Awalnya merupakan sebuah CV namun seiring dengan perkembangannya pada tanggal 31 Desember 2004 berubah menjadi berbadan hukum PT (Persero Terbatas). PT Silver Silk ini didirikan oleh bapak H. Fitryadi, SE. Dengan dukungan oleh tenaga yang profesional, menjadikan perjalanan anda lebih menyenangkan dan anda merasa lebih nyaman. Silver Silk berkomitmen mengutamakan pelayanan terbaik sesuai dengan kebutuhan jasa pariwisata yang menjadi unggulan perusahaan untuk perorangan, perusahaan maupun pemerintahan. Karena melalui company profil tersebut mereka siap memberikan "pelayanan sepenuh hati". Kelengkapan informasi menjadi jaminan pelayanan dalam seluruh bidang jasa Umrah, pariwisata dalam dan luar negeri.

PT. Silver Silk Tour & Travel merupakan sebuah perusahaan yang bergerak dalam bidang Tour & Travel yang memfokuskan diri dalam bidang penyelenggaraan pelayanan ibadah Haji dan Umrah, serta paket perjalanan



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

35

36

37

38

39

40

41

42

43

44

45

46

47

48

49

50

51

52

53

54

55

56

lainnya. Walaupun lingkup kegiatan usaha PT. Silver Silk Tour & Travel menjual dan menyelenggarakan paket bimbingan Umrah dan Haji plus, PT. Silver Silk Tour & Travel sebagai perusahaan yang bergerak di bidang jasa perjalanan ibadah Haji dan Umrah mempunyai motto “solusi tepat untuk kualitas ibadah anda”

### B. Profil PT. Silver Silk Tour dan Travel Pekanbaru

PT. Silver Silk adalah sebuah perusahaan yang bergerak dibidang jasa perjalanan pariwisata yang meliputi tour dan travel. PT. Silver Silk Tour dan Travel Pekanbaru ini telah memperoleh izin sebagai penyelenggara perjalanan ibadah umrah pada tahun 2012 dengan nomor izin Sk Kemenag RI (Umroh) No. D/474 tahun 2012. Berikut penulis paparkan tentang profil dari PT. Silver Silk Tour dan Travel Pekanbaru<sup>35</sup>:

Nama Perusahaan	: PT. Silver Silk Tour dan Travel
Berdiri	: 12 Januari 2001
Pemilik	: H. Fitryadi, SE (Eddy)
Izin Umroh	: SK KEMENAG RI (UMROH) No. D/474 Tahun 2012
Izin haji	: PHU/HK.3286/X/2015
Sekretariat	: Jl. Kaharuddin Nasution No.77 Simpang Tiga, Marpoyan, Pekanbaru
Kecamatan	: Marpoyan
Kota	: Pekanbaru
Provinsi	: Riau
Email	: <a href="mailto:silversilktour@yahoo.com">silversilktour@yahoo.com</a>
Telp	: (0761) 679192
Fax	: (0761) 679793
Hotline	: 0811755764
Motto	: Solusi tepat untuk kualitas ibadah anda <sup>36</sup>

<sup>35</sup> Brosur PT. Silver Silk Tour dan Travel Pekanbaru

<sup>36</sup> Brosur PT. Silver Silk Tour dan Travel Pekanbaru

### C. Visi Misi PT. Silver Silk Tour dan Travel Pekanbaru

Dalam hal pencapaian suatu tujuan di perlukan suatu perencanaan dan tindakan nyata untuk dapat mewujudkannya, dimana visi dan misi perusahaan PT. Silver Silk adalah sebagai berikut:

#### 1. Visi

- Untuk menjadikan salah satu perusahaan yang mempunyai pelayanan serta produk yang lengkap khususnya dalam bidang paket umroh, wisata dan internasional, ticketing pesawat.
- Menjadi Travel & Tour yang terkemuka serta mendapat kepercayaan Jamaah dan masyarakat.

#### 2. Misi

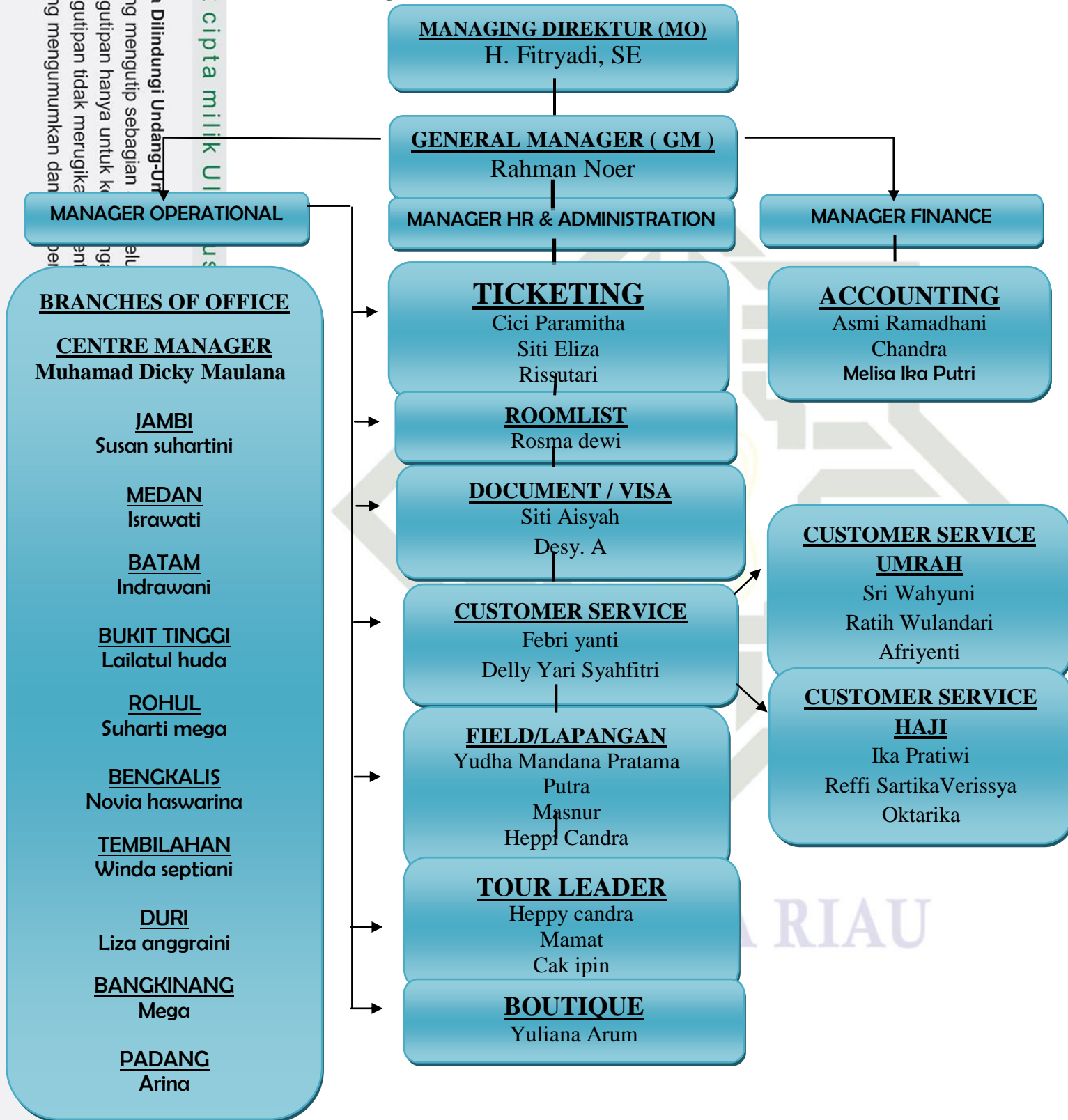
- Memberikan pelayanan yang maksimal dan memuaskan kepada pelanggan
- Memberikan kesejahteraan kepada setiap anggota perusahaan, pemegang saham, manajemen dan seluruh karyawan.
- Peningkatan peroduk Haji dan Umrah yang variatif dan berkualitas untuk kepuasan bagi setiap jamaah.
- Peningkatan kepercayaan jamaah dengan peningkatan kecepatan layanan dan hubungan berdasarkan kekeluargaan.
- Pengembangan kantor perwakilan di banyak daerah.
- Memberikan keuntungan Share Holder, manajemen dan karyawan.

### D. Struktur Organisasi PT. Silver Silk Tour & Travel

Struktur kepengurusan PT. Silver Silk Tour & Travel Pekanbaru berdasarkan SK Kementerian RI (Umrah): No. D/474 Tahun 2012 diantaranya :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**Gambar IV.1**  
**Struktur Organisasi PT. Silver Silk Tour & Travel Pekanbaru**





**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Adapun uraian tugas dari masing-masing tingkatan dalam struktur organisasi PT. Silver Silk Tour & Travel adalah <sup>37</sup>:

**1. Direktur**

- a. Menetapkan tujuan dan kebijaksanaan perusahaan yang harus dicapai dalam periode tertentu.
- b. Mengesahkan rencana kerja perusahaan dalam periode tertentu.
- c. Mengawasi pelaksanaan rencana kerja secara keseluruhan.
- d. Mewakili badan usaha diluar perusahaan.
- e. Mengurus dan menangani kekayaan perusahaan.

**2. General Menejer**

- a. Melaksanakan kebijakan yang telah ditetapkan oleh direktur.
- b. Bertanggung jawab atas kemajuan dan kemunduran perusahaan.
- c. Menandatangani surat-surat yang bersifat prinsipil.
- d. Membuat program kerja perusahaan baik jangka pendek maupun jangka panjang.
- e. Menjaga nama baik perusahaan.
- f. Bertanggung jawab dan memberikan laporan tahunan mengenai laba dan rugi kepada direktur.

**3. Accounting**

- 1) Menangani keuangan perusahaan.
- 2) Mengatur pembukuan perusahaan.
- 3) Bekerjasama dengan para menejer diperusahaan agar perusahaan dapat beroperasi seefisien mungkin.

**4. Customer Service**

- a. Menguasai dengan baik informasi mengenai produk jasa yang ditawarkan oleh perusahaan dan memberikan informasi selengkap-lengkapnyanya kepada pelanggan.
- b. Melakukan pelayanan Haji dan Umrah kepada pelanggan.

<sup>37</sup>Dokumentasi PT.Silver Silk Tour dan Travel Pekanbaru

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

**© Hak cipta milik UIN Suska Riau**

**State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- c. Membuat, menjual dan menyelenggarakan paket wisata Haji dan Umrah dan mengurus dokumen-dokumen perjalanan untuk keperluan Haji dan Umrah.
- d. Bertanggung jawab atas segala sesuatu yang berhubungan dengan Haji dan Umrah, seperti mengecek kuota haji yang diberikan dari Departemen Agama.
- e. Bersedia mentaati peraturan yang berlaku dalam perusahaan.

**5. Dokumen atau Visa**

- a. Mendata semua kelengkapan dokumen konsumen.
- b. Menyimpan semua arsip dokumen konsumen.
- c. Menjaga dengan baik semua kelengkapan konsumen.
- d. Membuat daftar kelengkapan dokumen konsumen.
- e. Bertanggung jawab atas semua kelengkapan dokumen konsumen.

**6. Ticketing dan Tour Leader**

- a. Menguasai dengan baik informasi mengenai produk jasa yang ditawarkan oleh perusahaan dan memberikan informasi selengkap-lengkapnyanya kepada pelanggan.
- b. Melakukan penjualan paket-paket Tour.
- c. Bertanggung jawab atas segala sesuatu yang berhubungan dengan tiket, seperti mengecek status ketersediaan tiket maskapai yang dibutuhkan untuk perjalanan.
- d. Bertanggung jawab atas segala sesuatu yang berhubungan dengan pengurusan jadwal perjalanan konsumen, jumlah peserta, serta mengecek status ketersediaan kamar hotel yang dituju oleh pelanggan.
- e. Melakukan pemesanan tiket terhadap maskapai penerbangan yang dilakukan oleh pelanggan.
- f. Bersedia mentaati peraturan yang berlaku dalam perusahaan.

**7. Field/Lapangan**

- a. Bertanggungjawab terhadap pengaturan dan mengarahkan jamaah.
- b. Menyebarkan kalender dan brosur.

- c. Membawa dan mengurus perlengkapan jamaah.
- d. Mengantar perlengkapan kesetiap kantor cabang.

#### E. Kantor Cabang PT.Silver Silk Tour dan Travel Pekanbaru

Perkembangan PT.Silver Silk Tour dan Travel semakin meningkat seiring dengan berjalannya waktu, hal ini terbukti dengan semakin banyaknya kantor cabang PT.Silver Silk diberbagai daerah. Perkembangan tersebut disebabkan karena PT.Silver Silk semakin banyak dipercaya oleh masyarakat sebagai penyelenggara ibadah umrah yang profesional dan terpercaya, yang telah dibuktikan oleh PT.Silver Silk melalui pelayanan yang mereka berikan kepada para jamaah.

**Tabel IV.1**

**Kantor cabang PT.Silver Silk Tour dan Travel Pekanbaru<sup>38</sup>**

<b>Kantor Cabang PT.Silver Silk Tour dan Travel Pekanbaru</b>	
<b>1. Tembilahan</b> Jl.Telaga Biru Parit 11 No.13 HP. 08117043900 / 081267338880 PIN BB : 2A8CD75E / WA : 08117043900 Email : <a href="mailto:silversilk_tembilahan@yahoo.com">silversilk_tembilahan@yahoo.com</a>	<b>2. Rokan Hulu</b> Jl. Tuanku Tambusai Komplek Ruko Al Hamra Blok B No.7 Pasir Putih HP. 08117044949/ 081370118777 / 081959257123 PIN BB : 2138F1F2 / WA : 08117044949 Email : <a href="mailto:silversilk_rohul@yahoo.com">silversilk_rohul@yahoo.com</a>
<b>3. Bengkalis</b> Jl.HR.Soebrantas Wonosari Timur HP. 08117044222 / 081277566999 / 081289660812 PIN BB : 2346D83B / WA : 08117044222 Email : <a href="mailto:silversilkbengkalis@yahoo.com">silversilkbengkalis@yahoo.com</a>	<b>4. Duri</b> Jl.Sudirman No.2 Simpang Gerogah Desa Balai Makam HP.08117044344 / 081261531990 PIN BB : 28B95015 / WA : 08117044344 Email : <a href="mailto:silversilkduri@yahoo.co.id">silversilkduri@yahoo.co.id</a>
<b>5. Bangkinang</b> Jl.Jend.Sudirman No.30 Bangkinang, Kampar. HP. 08117044800 / 081261531994 PIN BB : 2892D9FO / WA : 08117044800 Email : <a href="mailto:silversilkbangkinang@yahoo.co.id">silversilkbangkinang@yahoo.co.id</a>	<b>6. Batam</b> Jl.Gajah Mada Ruko Tiban Mas Blok A No.31 Batam HP. 08117044455 / 081268212277 WA : 08117046161 Email : <a href="mailto:silversilk_batam@yahoo.co.id">silversilk_batam@yahoo.co.id</a>

<sup>38</sup>Brosur PT.Silver Silk Tour dan Travel Pekanbaru



**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

<b>7. Medan</b> Jl. Brigjend Katamso 445 Medan Sumatera Utara Hp. 08117044554 / 082276363993 / WA : 08117044554 Email ; <a href="mailto:silversilk_medan@yahoo.com">silversilk_medan@yahoo.com</a>	<b>8. Bukit Tinggi</b> Jl.By Pass Aur Kuning (200 M dari Pasar Aur Kuning arah Padang) HP. 08117044488 / 082283693925 / PIN BB : 759D1D84 / WA : 08117044488 Email : <a href="mailto:silversilk_bukittinggi@yahoo.com">silversilk_bukittinggi@yahoo.com</a>
<b>9. Padang</b> Jl. S. Parman No.130 A, Lolong – Padang HP. 081947762000 / 08117044343 PIN BB : 54E0FD03 / WA : 08117044343 Email : <a href="mailto:silversilk.padang@yahoo.com">silversilk.padang@yahoo.com</a>	<b>10. Jambi</b> Jl. D.I Pandjaitan No. 47 Simpang Puncak Kecamatan Jelutung Jambi HP. 08117044044 / 082283693927 / PIN BB : 74DE189E / WA : 08117044044 Email : <a href="mailto:silversilk.jambi@yahoo.com">silversilk.jambi@yahoo.com</a>
<b>11. Jakarta</b> Jl. Salak No. 59 RT 002 RW 012, Kel.Cawang Kec. Kramat Jati, Jakarta Timur HP/WA : 081170441111 Email : <a href="mailto:jkt.silversilk@gmail.com">jkt.silversilk@gmail.com</a>	

**F. Persyaratan Umrah PT Silver Silk Tour dan Travel Pekanbaru**

Paket ibadah umroh yang ditawarkan oleh PT.Silver Silk Tour dan Travel Pekanbaru pada tahun 2018 terdiri dari beberapa paket serta harga yang bervariasi, antara lain <sup>39</sup>:

1. Paket Umrah Pekanbaru-Colombo-Madinah (17.950.000 - 23.950.000)
2. Paket Umrah Pekanbaru-Madinah (19.950.000 - 24.950.000)
3. Paket Umrah Pekanbaru-Kuala Lumpur-Madinah (19.950.000-26.950.000)
4. Paket Umrah Pekanbaru-Jakarta Istanbul City Tour (19.950.000-31.950.000)
5. Paket Umrah Golden Pekanbaru-Singapura-Jeddah (20.950.000-24.950.000)
6. Paket Umrah Silver Pekanbaru-Batam-Singapura-Jeddah (22.950.000-26.950.000)
7. Paket Umrah Pekanbaru-Jakarta-Madinah (22.950.000-31.950.000)

<sup>39</sup>Brosur PT.Silver Silk Tour dan Travel Pekanbaru

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

#### © Hak cipta milik UIN Suska Riau

Uang muka yang harus dibayar oleh masing-masing jamaah senilai Rp.3.000.000. Harga paket diatas tidak termasuk biaya pembuatan passport, biaya ziarah tambahan diluar program, pengeluaran pribadi (seperti telepon, laundry, dan lain-lain), biaya kelebihan bagasi dan porter (buru angkutan bagasi) dan biaya vaksin meningitis. Harga paket tersebut termasuk :

1. Tiket pesawat
  - a. Pekanbaru-Colombo-Madinah
  - b. Pekanbaru-Madinah
  - c. Pekanbaru-Kuala Lumpur-Madinah
  - d. Pekanbaru-Jakarta Istanbul City Tour
  - e. Pekanbaru-Singapura-Jeddah
  - f. Pekanbaru-Batam-Singapura-Jeddah
  - g. Pekanbaru-Jakarta-Madinah
  - h. Tiket ferry Batam/Singapura/Batam
2. Akomodasi selama di Tanah Suci
  - a. Hotel Mekkah : Badr Al Massa, Yazid dan Riyadhah
  - b. Hotel Madinah : Royal Makarem, Zewar Internasional, Mubarak Silver dan Andalus
3. Makanan menu prasmanan Indonesia
4. Visa, pakaian ihram/mukenah
5. Travel bag + tas sandang, air Zam-Zam 5 liter
6. Manasik umroh 1 kali
7. Bahan baju seragam
8. Pembimbing ibadah (Mutawif)

Adapun dokumen yang harus dipenuhi oleh masing-masing jamaah umroh adalah sebagai berikut <sup>40</sup>:

1. Passport asli pakai bin/binti, minimal 3 suku kata, berlaku minimal 7 bulan
2. KTP asli
3. Kartu Keluarga (Asli)
4. Surat nikah (Asli)

<sup>40</sup>Brosur PT.Silver Silk Tour dan Travel Pekanbaru

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

#### © Hak cipta milik UIN Suska Riau

5. Akte kelahiran (Asli)
6. Pas foto ukuran 4 x 6 = 8 lembar dan 3 x 4 = 4 lembar dengan ketentuan
  - a. Latar belakang putih
  - b. Warna baju kontras
  - c. Ukuran wajah 80%
7. Untuk jamaah yang berusia diatas 50 tahun diharuskan mengikutsertakan pendamping waktu berangkat dan membuat surat pernyataan kesehatan

Ada beberapa ketentuan yang diberlakukan oleh PT.Silver Silk Tour dan Travel Pekanbaru bagi para jamaah, antara lain <sup>41</sup>:

1. Apabila jamaah melakukan pembatalan maka dikenakan 25% dari harga paket setelah pendaftaran.
2. Apabila jamaah melakukan pembatalan setelah konfirmasi penerbangan, hotel dan visa, maka dikenakan 50% dari harga paket.
3. Apabila jamaah melakukan pembatalan menjelang 3 minggu sebelum keberangkatan, maka uang tidak akan dikembalikan.
4. Bagi jamaah perempuan yang berumur dibawah 45 tahun dan tanpa suami, maka dikenakan biaya tambahan mukhrim sebesar Rp.250.000.

#### G. Bank Pembayaran Biaya Perjalanan PT.Silver Silk Tour dan Travel Pekanbaru

Adapun pembayaran biaya umroh, haji plus dan tour bagi jamaah ataupun pelanggan PT.Silver Silk Tour dan Travel Pekanbaru dapat dilakukan melalui rekening rupiah dibawah ini :

---

<sup>41</sup>Brosur PT.Silver Silk Tour dan Travel Pekanbaru



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**Tabel IV.2**  
**Daftar Bank Pembayaran Biaya Umroh, Haji Plus dan Tour<sup>42</sup>**

NO	Daftar Bank Pembayaran Biaya Perjalanan
1.	Bank Mandiri Pekanbaru A/C No.108.000.683.1482 PT.Silver Silk Tour dan Travel
2.	Bank Rakyat Indonesia Pekanbaru A/C No. 2115 01000002 304 a.n PT.Silver Silk Tour dan Travel
3.	Bank Central Asia Pekanbaru A/C No. 034 1929 848 a.n PT.Silver Silk Tour dan Travel
4.	Bank Syariah Mandiri Pekanbaru A/C No. 450 000 0002 a.n PT.Silver Silk Tour dan Travel
5.	Bank Riau Pekanbaru A/C No. 118.08.01063 a.n PT.Silver Silk Tour dan Travel
6.	Bank Muamalat KCP Pekanbaru A/C No.487.0000.426 a.n PT.Silver Silk Tour & Travel
7.	Bank BNI Pekanbaru A/C No. 006.095.5563 a.n PT.Silver Silk Tour dan Travel
8.	Bank Permata Syariah A/C No.702.0270.20 a,n PT.Silver Silk Tour dan Travel
9.	CIMB Syariah A/C No.510.01.00102.00.2 a.n PT.Silver Silk Tour dan Travel

<sup>42</sup>Brosur PT.Silver Silk Tour dan Travel Pekanbaru

## BAB VI PENUTUP

### A. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan pada bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan bahwa PT Silver Silk telah menerapkan strategi pemasaran yaitu :

*Pertama*, menetapkan paket yaitu dengan menawarkan paket-paket yang bervariasi kepada konsumen.

*Kedua*, menetapkan harga yaitu dengan melihat kualitas dari perjalanan dan fasilitas yang digunakan oleh konsumen,

*Ketiga*, proses mendistribusikan paket perjalanan ibadah umroh yaitu dengan melakukan distribusi langsung agar memudahkan calon jamaah kedalam proses pendaftaran dan lainnya.

*Keempat*, menetapkan tujuan promosi dan membentuk *team-team* dalam memasarkan produknya.

*Kelima*, meningkatkan kualitas karyawan yaitu dengan melakukan pelatihan untuk meningkatkan skill dan keterampilan karyawan.

*Keenam*, memberikan bukti fisik (nyata) yaitu dengan memberikan pelayanan yang baik dan ramah sehingga konsumen merasa nyaman dan memperlihatkan testimoni umroh sebelumnya.

*Ketujuh*, memberikan jasa pelayanan yaitu dengan memberikan pelayanan yang memuaskan bagi pelanggan.

### B. Saran

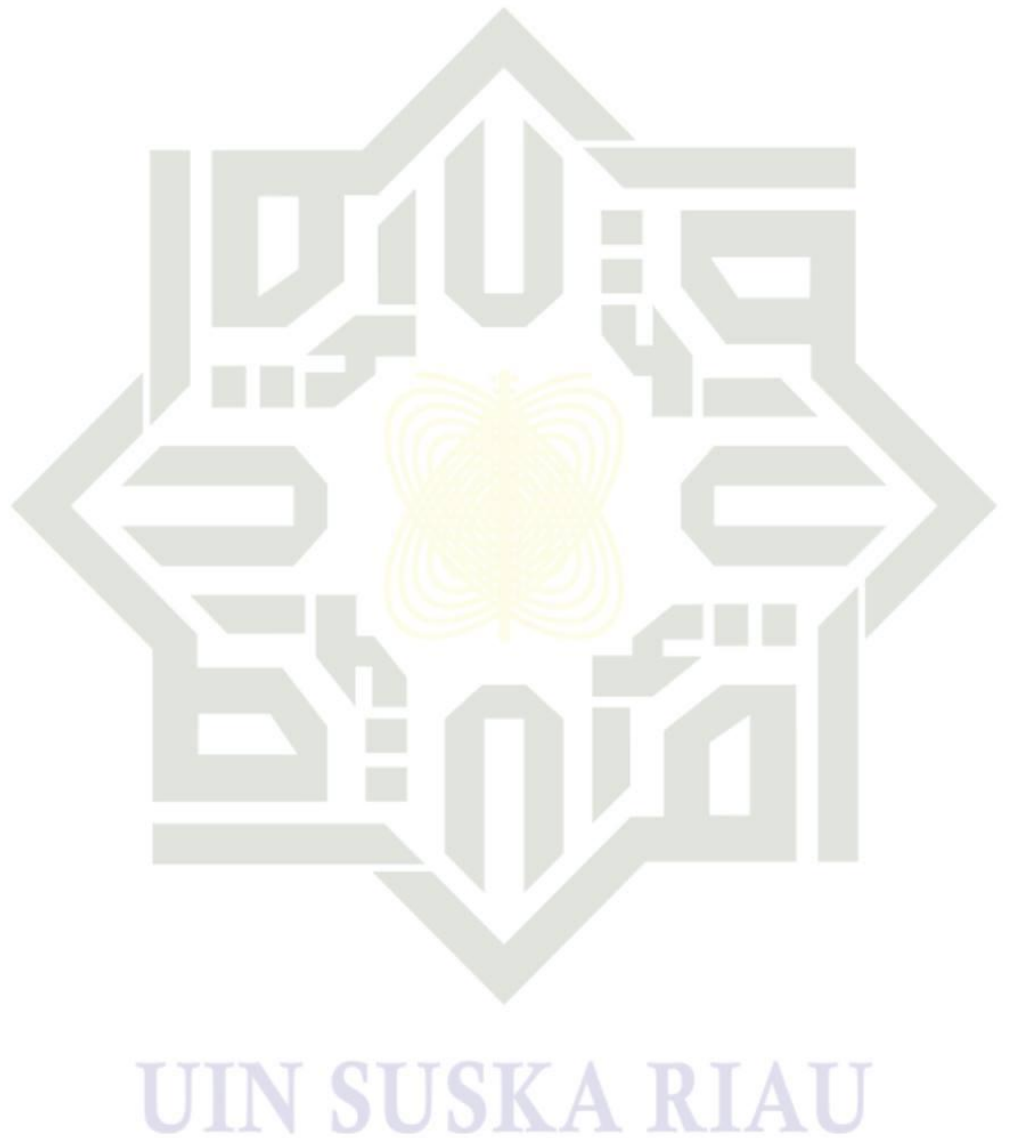
Adapun saran yang dapat penulis berikan kepada PT Silver Silk terkait dengan strategi pemasaran dalam meningkatkan jumlah jamaah umroh yaitu:

1. PT Silver Silk perlu merekrut tenaga kerja yang berkualitas dan kompeten, sehingga bisa meningkatkan jumlah jamaah yang lebih banyak disetiap tahunnya, serta dalam hal pengelolaan strategi, tenaga kerja yang berkualitas dan kompeten akan mampu memperhatikan dan mengoptimalkan strategi pemasaran.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2. PT Silver Silk agar lebih mengoptimalkan sosialisasi program-program umroh pada media cetak.
3. PT Silver Silk Agar lebih mempertahankan pemberian jasa pelayanan yaitu dengan selalu memberikan pelayanan yang memuaskan bagi pelanggan.





## DAFTAR PUSTAKA

- Aceng Ahmad Fahluroji, *Strategi Pemasaran Program Umroh dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Jamaah Pada ESQ Tour Dan Travel* 156
- Arikunto, *Metode Penelitian Kualitatif*, Jakarta: Rineka Cipta, 2002
- Assauri Sofian, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2011
- Bagong Suyanto dan Sutinah, *Metode Penelitian Sosial* Jakarta: Kencana, 2010
- Charles W Lamb. Jr *Pemasaran* Jakarta: Salemba Empat, 2001
- Cik Hasan Basri, *Penuntun Penyusunan Rencana Penelitian dan Penulisan Skripsi* Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2001
- Direktorat Penyelenggaraan Haji dan Umroh Kementrian Agama RI, *Haji dari Masa ke Masa*, Jakarta: Balai Pustaka, 2005
- Eni Trisnawati Sule dan Kurniawan Saifullah, *Pengantar Manajemen*, Jakarta Kencana, 2009
- Fandi Tjiptono dan Gregorius Chandra, *Pemasaran Strategik*, Jogjakarta: C.V Andi offset, 2012
- Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra, *Pemasaran Strategik*, Jogjakarta: C.V Andi offset, 2012
- Freddy Rangkuti, *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis Reorientasi, Konsep Perencanaan Strategis untuk Menghadapi Abad 21*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 1997
- Hendra Riofita, *Strategi Pemasaran*, Pekanbaru: Mutiara Pesisir Sumatra, 2015
- Husein Umar, *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 1998.
- Irvan Dani, *Bagaimana Memperbaiki Pemasaran Usaha Anda* Jakarta : Friendrich Ebert Stifig, 2001
- Kasmir, *Pemasaran bank*, Jakarta: Kencana, 2005
- Kriyanto Rachmat. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Kencana Jakarta: 2012
- M. Abdurrahman Rachimi, *Segala Hal Tentang Haji dan Umroh*, Jakarta : Erlangga, 2012

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- © Hak cipta milik UIN Suska Riau
- M. Abdurrahman Rachimi, *Segala Hal Tentang Haji dan Umroh*, Jakarta : Erlangga, 2012
- M. Fuad dkk, *Pengantar Bisnis*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2001
- Michael E. Porter , *Strategi Bersaing* PT. Gelora aksara Pratama
- Michael E. Porter , *Strategi Bersaing* PT. Gelora Aksara Pratama.
- Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran* Jakarta: PT Indeks, 2009
- Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional RI, *Kamus Bahasa Indonesia*, Edisi Ketiga Jakarta: Balai Pustaka, 2005
- Soetrisno Hadi, *Metode Research*. Jilid 1 Yogyakarta: ANDI. 1980
- Sugiono, *Memahami Penelitian Kualitatif* Bandung: Alfabeta, 2013
- Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Kombinasi Mixed Methods* bandung: Alfabeta, 2013
- Sugiono, *Metode Penelitian Kombinasi*, Bandung: Alfabert, 2014.
- Suharsimi dan Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik* Jakarta Rineka Cipta, 2006
- W. Gulo, *Metodologi Penelitian* Jakarta : PT. Gramedia, 2004
- William J Stanton, *Prinsip Pemasaran*, Jakarta: Erlangga, 1991
- Yusril Yazid, Dkk, *Metodologi Penelitian*, (Pekanbaru: Unri Press, 2009



### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta dilindungi Undang-Undang

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

## PEDOMAN WAWANCARA

Peneliti : Syarifah Humairoh  
 NIM : 11544204231  
 Jurusan/Fakultas : Manajemen Dakwah/Dakwah dan Komunikasi  
 Judul Penelitian : “Strategi Pemasaran PT Silver Silk dalam Meningkatkan Jumlah Jamaah Umroh di Kota Pekanbaru”  
 Tempat : PT Silver Silk

### A. Jenis Paket/Produk (Paket Ibadah Umroh)

1. Apa saja paket yang ditawarkan oleh PT. Silver Silk Tour dan Travel ?
2. Apa yang menjadi pertimbangan dalam pembentukan paket ibadah umrah ?
3. Apa faktor yang mempengaruhi dalam proses pembentukan paket ibadah umrah ?
4. Bagaimana tahapan dalam proses pembentukan paket ibadah umrah?
5. Apa strategi yang digunakan oleh PT. Silver Silk dalam pembentukan paket ibadah umrah ?
6. Apakah PT. Silver Silk memiliki strategi khusus dalam pembentukan paket ibadah umrah ?

### B. Penetapan Harga Paket Ibadah Umrah

1. Bagaimana tahapan dalam penetapan harga paket ibadah umrah ?
2. Apa faktor utama yang mempengaruhi penetapan harga paket ibadah umrah?
3. Apa yang menjadi pertimbangan dalam proses penetapan harga paket ibadah umrah ?
4. Apakah penetapan harga paket ibadah umroh dipengaruhi oleh nilai rupiah ?
5. Apa strategi yang digunakan oleh PT. Silver Silk dalam penetapan harga ?
6. Bagaimana strategi PT. Silver Silk mensinkronkan antara harga yang ditawarkan dengan budget jamaah ?





#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

#### © Hak cipta milik UIN Suska Riau

#### State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Apakah pemberian potongan harga pada pemasaran paket ibadah umrah hanya berlaku pada orang-orang tertentu atau berlaku secara keseluruhan ?

### C. Penetapan Proses Distribusi Paket Ibadah Umroh

1. Bagaimana proses distribusi paket ibadah umrah yang dilakukan oleh PT. Silver Silk ?
2. Apa yang menjadi pertimbangan dalam penetapan target pasar ?
3. Siapa yang menjadi target utama PT. Silver Silk dalam memasarkan paket ibadah umrah ?
4. Apakah PT. Silver Silk melakukan kerjasama dengan pihak luar dalam proses distribusi paket ibadah umrah ?
5. Apakah pembelian paket atau pendaftaran ibadah umrah dapat dilakukan secara online ?
6. Apa bentuk media yang digunakan PT. Silver Silk dalam upaya mempermudah proses pembelian paket ibadah umrah atau pendaftaran ibadah umrah ?
7. Apakah PT. Silver Silk memiliki strategi khusus dalam proses distribusi paket ibadah umrah ?

### D. Penetapan Kegiatan Promosi Paket Ibadah Umroh

1. Apa bentuk kegiatan yang dilakukan oleh PT. Silver Silk dalam proses promosi ?
2. Apa sarana yang digunakan untuk melakukan promosi ?
3. Apakah ada tim khusus dari PT. Silver Silk untuk melakukan kegiatan promosi ?
4. Bagaimana Metode yang digunakan oleh PT. Silver Silk dalam proses promosi ?
5. Bagaimana tahapan promosi yang dilakukan oleh PT. Silver Silk ?
6. Apakah PT. Silver Silk memiliki jadwal khusus untuk kegiatan promosi ?



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

#### © Hak cipta milik UIN Suska Riau

1. Apakah PT. Silver Silk melakukan kerjasama dengan pihak luar dalam melakukan promosi paket ibadah umroh? Bagaimana bentuk kerjasama tersebut ?
2. Apakah PT. Silver Silk memiliki strategi khusus dalam kegiatan promosi ?

#### E. Meningkatkan Kualitas Karyawan (*People*)

1. Bagaimana strategi rekrutmen yang dilakukan oleh PT. Silver Silk ?
2. Bagaimana tahapan rekrutmen karyawan yang dilakukan oleh PT. Silver Silk ?
3. Apa persyaratan khusus karyawan PT. Silver Silk ?
4. Bagaimana strategi yang dilakukan oleh PT. Silver Silk dalam meningkatkan skill dan keahlian karyawan ?
5. Bagaimana strategi yang dilakukan oleh PT. Silver Silk dalam meningkatkan loyalitas dan kualitas kinerja karyawannya ?
6. Bagaimana strategi evaluasi kinerja karyawan PT. Silver Silk ?
7. Apakah PT. Silver Silk memiliki strategi khusus dalam meningkatkan kualitas karyawan ?

#### F. Pemberian Bukti Fisik (*Physical Evidence*) Kepada Jamaah

1. Apa strategi yang digunakan oleh PT. Silver Silk dalam mempertahankan ataupun mendapatkan kepercayaan dari calon jamaah ?
2. Apa bentuk bukti fisik yang dapat diberikan oleh PT. Silver Silk dalam meyakinkan calon jamaah ?
3. Apa fasilitas yang disediakan oleh PT. Silver Silk untuk meyakinkan calon jamaah ?
4. Apakah PT. Silver Silk memiliki strategi khusus dalam pemberian bukti fisik kepada jamaah ?

#### G. Penyampaian Jasa (*Process*)

1. Apa strategi yang digunakan oleh PT. Silver Silk dalam proses penyampaian jasa ?



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3. Apa sarana yang digunakan oleh PT. Silver Silk untuk menunjang proses penyampaian jasa ?
4. Bagaimana tahapan penyampaian jasa yang dilakukan oleh PT. Silver Silk ?
5. Apakah PT. Silver Silk memiliki strategi khusus dalam proses penyampaian jasa ?

#### H. Meningkatkan Kualitas Pelayanan (*Service*)

1. Bagaimana bentuk pelayanan yang diberikan oleh PT. Silver Silk ?
2. Bagaimana tahapan pelayanan yang diberikan oleh PT. Silver Silk ?
3. Apa saja bentuk pelayanan yang diberikan oleh PT. Silver Silk ?
4. Bagaimana strategi yang dilakukan oleh PT. Silver Silk dalam meningkatkan kualitas pelayanan?
5. Bagaimana evaluasi pelayanan PT. Silver Silk ?
6. Apakah PT. Silver Silk memiliki strategi khusus dalam meningkatkan kualitas pelayanan ?



## DOKUMENTASI

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau



© Hak cipta milik UIN Suska Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.





## © Hak cipta milik UIN Suska Riau

### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.





## © Hak cipta milik UIN Suska Riau

### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.







© Hak cipta milik UIN Suska Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**Program 12 HARI UMROH**

**A380 SUPERJUMBO**

**malaysiaairlines**

**DISCOUNT RP.3 JUTA**

**PEKANBARU KUALA LUMPUR → LANGSUNG → MADINAH**

**30 APRIL 2019**

**2x Sholat Jum'at di Madinah & Mekkah**

**ALL BY MALAYSIA AIRLINE**

PAKET SILVER	PAKET GOLD	PAKET PLATINUM
RP. 23.950.000	RP. 25.950.000	RP. 28.950.000
RP. 20.950.000	RP. 22.950.000	RP. 25.950.000
MADINAH Hotel Diyar Tabah 4* 150 m dari Masjid	MEKKAH Hotel Darulaman Al Khalil 3* 150 m dari Masjid	MADINAH Hotel Diyar Tabah 4* 150 m dari Masjid

**Tanggal Keberangkatan :**

05, 15, 19, 29 Sep 2019	01, 12, 22 Des 2019	01, 12, 22, 26 Mar 2020
03, 13, 17, 27, 31 Okt 2019	05, 09, 19, 23 Jan 2020	05, 16, 23, 26 Apr 2020
10, 21 Nov 2019	02, 06, 20 Feb 2020	03 Mei 2020

**Mau Umroh ? Plus Jalan-Jalan ke Turki**

**Umroh plus Istanbul**

**4 Hari 3 Malam Istanbul**

**32 JUTA 950 RIBU**

**Winter at Turkey**

**4 Hari 3 Malam Istanbul**

**31 JUTA 950 RIBU**

**Tanggal Keberangkatan :**

18 Mar 2019, 18 Apr 2019, 18 Mar 2020, 18 Apr 2020	18 Oktober 2019, 18 November 2019, 18 Desember 2019, 18 Januari 2020
--	--

**PAKET 12 HARI Tulip Festival**

**PAKET 12 HARI Winter at Turkey**

**GEBYAR UMROH - 18 TAHUN SILK**

**Telah Dibuka Pendaftaran**

**UMROH HEMAT - HOTEL BERBINTANG**

**BERANGKAT PAGI, SORE BISA LANGSUNG**

**BERIBADAH DI MESJID NABAWI**

**DI HARI YANG SAMA**

**PEKANBARU LANGSUNG MADINAH**

**Lion**

**2 Kali Sholat Jum'at Di Madinah & Mekah**

**Ust. Drs. H. Mashuri Effendi MA**

**Ust. H. David Saputra LC**

**H. Eddy - Owner Silver Silk**

**Ust. H. Zulkifli Muhammad Ali LC, MA**

**Program 12 HARI UMROH**

**04 SEPTEMBER 2019**

**DISCOUNT Rp. 3 JUTA**

**SEAT TERBATAS**

**DP. 3 JUTA**

**PENDAFTARAN PALING LAMBAT 30 APRIL 2019**

PAKET SILVER	PAKET GOLD	PAKET PLATINUM
RP. 21.950.000	RP. 23.950.000	RP. 26.950.000
RP. 18.950.000	RP. 20.950.000	RP. 23.950.000
MADINAH Hotel Diyar Tabah 4* 150 m dari Masjid	MEKKAH Hotel Darulaman Al Khalil 3* 150 m dari Masjid	MADINAH Hotel Diyar Tabah 4* 150 m dari Masjid

**MULAI KEBERANGKATAN SETIAP HARI RABU**

**Tanggal Keberangkatan :**

04, 11, 18, 25 Sep 2019	04, 11, 18, 25 Des 2019
02, 09, 16, 23, 30 Okt 2019	01, 08, 15, 22, 29 Jan 2020
06, 13, 20, 27 Nov 2019	05, 12, 19, 26 Febr 2020
	04, 11, 18, 25 Mar 2020
	01, 08, 15, 22, 29 Apr 2020
	06, 13, 20, 27 Mei 2020

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



**MAU UMROH & HAJI PLUS**  
Pilih **Silver Silk**

**PESAWAT AIRBUS A330-300**  
**KAPASITAS 437 TEMPAT DUDUK**

**Umroh 12 Hari**  
**Rp.18.950.000**  
**PEKANBARU LANGSUNG MADINAH**  
**VIA KNO**

**BERANGKAT PAGI SORE LANGSUNG**  
**BISA BERIBADAH DI MESJID NABAWI**

**2X SHOLAT JUM'AT**  
**DI MEKAH & MADINAH**

0811 7044 441 / 0811 7044 442 / 0811 7044 443  
0811 7044 445 / 0811 7044 446 / 0811 754 733





- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Rasulullah SAW bersabda:  
*"Sesungguhnya umrah di bulan Ramadhan seperti berhaji bersamaku"* (HR. Bukhari)

## UMROH RAMADHAN

**PEKANBARU-JAKARTA LANGSUNG MADINAH**  
**BY GARUDA INDONESIA & SAUDI AIRLINE**

AWAL RAMADHAN 13 HARI	PROMO	AWAL RAMADHAN 13 HARI	VIP
Madinah : Diyar Tabah 4* Makkah : Thawarat Hotel / Al Khalil Hotel 3* Keberangkatan Tanggal : 04 MEI 2019	<b>27</b> JUTA 950 RIBU	Madinah : Diyar Al-Taqwa 5* Makkah : Anjum Hotel 5* Keberangkatan Tanggal : 04 MEI 2019	<b>33</b> JUTA 950 RIBU
PERTENGAHAN RAMADHAN 13 HARI	PROMO	PERTENGAHAN RAMADHAN 13 HARI	VIP
Madinah : Diyar Tabah 4* Makkah : Thawarat Hotel / Al Khalil Hotel 3* Keberangkatan Tanggal : 14 MEI 2019	<b>27</b> JUTA 950 RIBU	Madinah : Diyar Al-Taqwa 5* Makkah : Anjum Hotel 5* Keberangkatan Tanggal : 14 MEI 2019	<b>33</b> JUTA 950 RIBU

**LAILATUL QODAR 10 HARI**

	HARGA
Madinah : Diyar Tabah 4* Makkah : Thawarat Hotel / Al Khalil Hotel 3* Keberangkatan Tanggal : 28 MEI 2019	<b>34</b> JUTA 950 RIBU

**UMROH I'TIKAF FULL RAMADHAN 32 HARI**

	HARGA
Madinah : Diyar Tabah 4* Makkah : Thawarat Hotel / Al Khalil Hotel 3* Keberangkatan Tanggal : 06 MEI 2019	<b>48</b> JUTA 950 RIBU

**SYAWAL 10 HARI**

	HARGA
Madinah : Diyar Tabah 4* Makkah : Thawarat Hotel / Al Khalil Hotel 3* Keberangkatan Tanggal : 08 JUNI 2019	<b>24</b> JUTA 450 RIBU

### HAJI PLUS

HARGA PAKET	HARGA PAKET
<b>USD. 13.000</b> DP UNTUK PENGAMBILAN PORSI : USD. 5.000 INSYA ALLAH BERANGKAT 5 TAHUN LAGI	<b>USD. 19.000</b> INSYA ALLAH TAHUN DEPAN BERANGKAT
<b>BADAL HAJI</b> <b>RP. 8.500.000</b>	<b>TENDA &amp; BUS VIP</b> <b>SERTA FULL BIMBINGAN</b> <b>IBADAH</b>
<b>MEKKAH</b> HOTEL PULLMAN ZAM-ZAM DAR EIMAN ROYAL SOFWAH *5	<b>MADINAH</b> HOTEL DIYAR AL TAQWA *5

*Harga Haji Menyesuaikan Tahun Keberangkatan*

UIN SUSKA RIAU

Pekanbaru 7 februari 2019

Hal :Naskah Riset Proposal

Kepada Yth,

**Dekan Fakultas Dakwah dan ilmu Komunikasi**

Di\_

**Tempat**

Assalamualaikum Wr.Wb

Dengan hormat,

Setelah membaca,meneliti dan memberi petunjuk serta mengadakan perubahan seperlunya,maka saya selaku dosen pembimbing menyetujui bahwa riset proposal saudara:

Nama :Syarifah humairoh

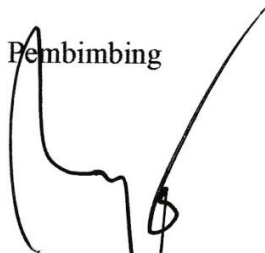
NIM :11544204231

Dengan judul **“strategi pemasaran PT. silver silk dalam meningkatkan jumlah jamaah umrh di kota pekanbaru”** untuk di ajukan pada seminar proposal fakultas dakwah dan komunikasi universitas islam negeri sultan syarif kasim riau.

Demikianlah surat ini di buat, atas perhatian apak,kami ucapkan terima kasih

Wassalamualaikum Wr.Wb

Pembimbing



**Dr.Masduki, M.Ag**

**NIP.19710612199803 1003**

Hal : Permohonan Riset Penelitian

Pekanbaru, 8 maret 2019

Kepada Yth,

**Dekan Fakultas Dakwah Dan Komunikasi**

Di \_

Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Dengan hormat,

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Syarifah Humairoh

NIM : 11544204231

Semester : VIII ( delapan )

Bermaksud mengajukan permohonan surat izin penelitian yang ditujukan kepada : dinas penanaman modal dan pelayanan terpadu satu pintu (DPMDPTSP). Dalam rangka penyusunan dan penulisan skripsi dengan judul : **"Strategi Pemasaran Pt Silver Silk Dalam Meningkatkan Jumlah Jamaah Umrah Di Kota Pekanbaru"**.

Demikian surat ini dibuat, atas perhatian Bapak/Ibu, kami ucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Hormat Saya

**Syarifah Humairoh**

**NIM : 11544204231**





UIN SUSKA RIAU

KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU  
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

كلية الدعوة و علم الاتصال

FACULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION

Jl. H.R. Soebrantas No. 155 KM. 18 Simpang Baru Panam Pekanbaru 28293 PO. Box. 1004 Telp. 0761-562223  
Fax. 0761-562052 Web. www.uin-suska.ac.id, E-mail: iain-sq@pekanbaru-indo.net.id

Nomor : Un.04/F.IV/PP.00.9/409/2019  
Lampiran : 1 berkas  
Hal : Penunjukan Pembimbing  
a.n. Syarifah Humairoh

Pekanbaru, 24 Jumadil Awal 1440 H  
30 Januari 2019 M

Kepada Yth,

**Sdra. Dr. Masduki, M.Ag**

Dosen Fakultas Dakwah dan Komunikasi  
UIN Suska Riau

**Assalamu'alaikum wr. wb.,**

Dengan hormat,


Berdasarkan hasil musyawarah Pimpinan Fakultas Dakwah dan Komunikasi tentang penentuan judul Skripsi dan pembimbing mahasiswa bernama **Syarifah Humairoh** NIM 11544204231 Dengan judul "**Strategi Pemasaran PT. Silver Silk Dalam Meningkatkan Jumlah Jamaah Umroh di Kota Pekanbaru**" (sinopsis terlampir), maka kami harapkan kesediaan Saudara menjadi pembimbing penulisan Skripsi mahasiswa tersebut di atas.

Bimbingan yang Saudara berikan meliputi :

1. Materi / Isi Skripsi
2. Metodologi Penelitian

Kami tambahkan bahwa Saudara dapat mengarahkan atau mengubah judul di atas bersama mahasiswa bersangkutan, sejauh tidak mengubah tema atau masalah pokoknya. Kami harapkan juga bimbingan tersebut dapat selesai dalam waktu paling lama 6 (enam) bulan.

Atas kesediaan dan perhatian Saudara diucapkan terima kasih.

Wassalam  
Dekan  
  
Dr. Nurdin, MA  
NIP. 19660620 200604 1 015



UIN SUSKA RIAU

KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU  
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

كلية الدعوة و علم الاتصال

FACULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION

Jl. H.R. Soebrantas No. 155 KM. 15 Simpang Baru Panam Pekanbaru 28293 PO. Box. 1004 Telp. 0761-562223  
Fax. 0761-562052 Web. www.uin-suska.ac.id, E-mail: iain-sq@pekanbaru-indo.net.id

Nomor : Un.04/F.IV/PP.00.9/1015/2019  
Sifat : Biasa  
Hal : **Mengadakan Penelitian.**

Pekanbaru, 23 Jumadil Akhir 1440 H  
28 Februari 2019 M

Kepada Yth:  
Pimpinan PT. Silver Silk Tour & Travel  
Pekanbaru

**Assalamu'alaikum wr. wb.**

Dengan hormat,

Kami sampaikan bahwa datang menghadap bapak, mahasiswa kami:

Nama : **Syarifah Humairoh**  
NIM : 11544204231  
Semester : VIII (Delapan)  
Jurusan : Manajemen Dakwah  
Pekerjaan : Mahasiswa Fak. Dakwah dan Komunikasi

Akan mengadakan penelitian dalam rangka penulisan Skripsi tingkat Sarjana (S1) pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau dengan judul:

**"Strategi Pemasaran PT. Silver Silk dalam Meningkatkan Jumlah Jamaah Umroh di Kota Pekanbaru"**

Adapun sumber data penelitian adalah:

**"PT. Silver Silk Tour & Travel"**

Untuk maksud tersebut kami mohon Bapak berkenan memberikan petunjuk-petunjuk dan rekomendasi terhadap pelaksanaan penelitian tersebut.

Demikianlah kami sampaikan dan atas perhatian Saudara diucapkan terima kasih.

Wassalam

a.n. Rektor,  
Dekan,



Dr. Nurdin, MA

NIP.19660620 200604 1 015

Tembusan :

1. Yth. Rektor UIN Suska Riau
2. Mahasiswa yang bersangkutan





# PEMERINTAH PROVINSI RIAU

## DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU

Gedung Menara Lancang Kuning Lantai I & II Komp. Kantor Gubernur Riau  
Jl. Jenderal Sudirman No. 460 Telp. (0761) 39119 Fax. (0761) 39117, PEKANBARU  
Email : dpmptsp@riau.go.id

Kode Pos : 28126



182010

### REKOMENDASI

Nomor : 503/DPMPSTSP/NON IZIN-RISET/19919  
T E N T A N G

#### PELAKSANAAN KEGIATAN RISET/PRA RISET DAN PENGUMPULAN DATA UNTUK BAHAN SKRIPSI

Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Provinsi Riau, setelah membaca Surat Permohonan Penelitian dari : **Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Suska Riau, Nomor : Un.04/F.IV/PP.00.9/1811/2019 Tanggal 8 Maret 2019**, dengan ini memberikan rekomendasi kepada:

1. Nama : **SYARIFAH HUMAIROH**
2. NIM / KTP : **11544204231**
3. Program Studi : **MANAJEMEN DAKWAH**
4. Jenjang : **S1**
5. Alamat : **PEKANBARU**
6. Judul Penelitian : **STRATEGI PEMASARAN PT SILVER SILK DALAM MENINGKATKAN JUMLAH JAMAAH UMROH DI KOTA PEKANBARU**
7. Lokasi Penelitian : **PT SILVER SILK TOUR DAN TRAVEL**

Dengan Ketentuan sebagai berikut:

1. Tidak melakukan kegiatan yang menyimpang dari ketentuan yang telah ditetapkan yang tidak ada hubungan dengan kegiatan ini.
2. Pelaksanaan Kegiatan Penelitian dan Pengumpulan Data ini berlangsung selama 6 (enam) bulan terhitung mulai tanggal rekomendasi ini dibuat.

Demikian Rekomendasi ini diberikan agar dapat digunakan sebagaimana mestinya dan kepada pihak yang terkait diharapkan untuk dapat memberikan kemudahan dan membantu kelancaran kegiatan Penelitian dan Pengumpulan Data ini dan terima kasih.

Dibuat di : Pekanbaru  
Pada Tanggal : 13 Maret 2019



Ditandatangani Secara Elektronik Melalui :  
Sistem Informasi Manajemen Pelayanan (SIMPEL)

DINAS PENANAMAN MODAL DAN  
PELAYANAN TERPADU SATU PINTU  
PROVINSI RIAU

#### Tembusan :

#### Disampaikan Kepada Yth :

1. Kepala Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Provinsi Riau di Pekanbaru
2. Direktur PT. Silver Silk Tour dan Travel
- ③ Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Suska Riau di Pekanbaru
4. Yang Bersangkutan



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## RIWAYAT HIDUP PENULIS



**SYARIFAH HUMAIROH**, Dilahirkan di Petapahan 14 September 1996. Anak ketujuh dari 7 bersaudara ini adalah putri dari pasangan bapak H. Said Mukhsin dan ibu Hj. Yusrina . Penulis menempuh pendidikan mulai dari SD Negeri 001 Petapahan dan tamat pada tahun 2008, kemudian melanjutkan Sekolah di Pesantren Dharun Nahdhah Thawalib Bangkinang pada tahun 2009-2015.

Pada tahun yang sama penulis diterima di Perguruan Tinggi yang ada di Pekanbaru yaitu Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau (UIN SUSKA RIAU) melalui jalur MANDIRI pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi Jurusan Manajemen Dakwah dengan memilih konsentrasi Manajemen Travel Haji dan Umroh.

Pada tahun 2018 penulis melakukan Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Desa Bukit Sembilan Kecamatan Bangkinang Seberang kabupaten Kampar. Setelah melakukan kuliah Kerja Nyata penulis langsung melakukan Praktek Kerja Lapangan di Kota Pekanbaru yaitu Travel Haji Umroh Silver Silk Pada akhir tahun 2018 hingga awal tahun 2019 penulis melakukan penelitian di Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau dengan judul skripsi **“STRATEGI PEMASARAN PT. SILVER SILK DALAM MENINGKATKAN JUMLAH JAMAAH UMROH DI KOTA PEKANBARU”**